



PRENSAPIEL

REVISTA PROFESIONAL DEL SECTOR DE LA PIEL



NÚMERO 283 · NOVIEMBRE 2022 · 18 Euros · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · prensapiel@prensapiel.com · www.prensapiel.com



Riva del Garda ITALY

14 → 17.01.2023



exporivaschuh
the fair that moves the world

&

gardabags
going into details

Scan the code and visit our website!

www.exporivaschuh.it



#exporivaschuh #gardabags

Riva del Garda Exhibition Center
info@exporivaschuh.it | (+39) 0464570153



In cooperation with





NUESTRA PORTADA:
Bimba y Lola

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

tym
textil y 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

La Convención EURATEX - ATP concluye con éxito en Oporto: la industria textil europea debe prepararse para un cambio de paradigma y convertirse en líder mundial en textiles sostenibles

Organizada por EURATEX en colaboración con la Asociación Textil Portuguesa (ATP), la Convención de Oporto, 'Cómo cuadrar el círculo de la Sostenibilidad', tuvo lugar del 13 al 14 de octubre en Oporto, Portugal, con la asistencia de casi 250 empresarios de toda Europa.

En esta edición, los asistentes discutieron los desafíos actuales de la industria textil europea y sentaron las bases para un futuro brillante, basado en algunas bases sólidas: innovación, creatividad, calidad y sostenibilidad.

En su discurso de apertura, el Sr. Pedro Siza Vieira, exministro de Economía y Transición Digital de Portugal, evaluó los cambios geopolíticos y macroeconómicos, y cómo esto afectará al futuro de la industria textil: closeshoring y friend-shoring, independencia del gas extranjero a través del uso de la energía sostenible europea, así como líneas de producción circulares y automatizadas. Si bien la turbulencia actual causa incertidumbre, él ve un futuro mejor para nuestra industria.

El primer panel de CEO, que aborda el tema de Cómo medir y comunicar sobre sostenibilidad, se centró en los desafíos para traducir la "sostenibilidad" hacia los consumidores. El panel abordó el tema del lavado verde y el papel de las marcas en la comunicación sobre la sostenibilidad. Examinó cómo las nuevas regulaciones de la Comisión Europea sobre la etiqueta ecológica, el pasaporte de producto digital (DPP) y la huella ambiental de los productos (PEF) crearán un nuevo marco.

El segundo Panel de CEO, que discutió la financiación de la sostenibilidad, examinó el costo de las inversiones sostenibles y cómo se debe gestionar este costo dentro de toda la cadena de suministro, incluidas las marcas y los minoristas.

Por la tarde siguieron cuatro talleres con expertos de la industria, que abordaron los temas de Responsabilidad Extendida del Productor (EPR) en Textiles, Pasaporte de Productos Digitales (DPP), Reciclaje de Residuos Textiles y Etiquetado de Textiles (huella Ambiental del Producto). A medida que estas iniciativas se implementarán en los próximos años, como parte de la Estrategia Textil de la UE, los participantes obtuvieron una mejor comprensión del marco futuro para nuestra industria.

¿Qué tendencias definirán el futuro de los retailers durante los próximos meses?

Checkout.com ha realizado la guía retail para afrontar con las estrategias adecuadas estos baches y ayudar a minimizar los riesgos y aumentar las oportunidades.

Tras entrevistar a más de 3.000 consumidores en España, Portugal y Grecia para explorar las oportunidades, prioridades, retos y amenazas actuales en los que respecta al eCommerce, desde Checkout.com han creado el Manual para Retailers del Sur de Europa para lograr el éxito en la nueva normalidad.

Se han identificado cuatro tendencias que, probablemente, definan el futuro de los retailers:

1. El aumento de los precios está afectando a los hábitos de compra
2. Los compradores buscan experiencias de compra personalizadas
3. El panorama competitivo nunca ha sido tan duro como en la actualidad y
4. Los consumidores son conscientes de la seguridad online

El 76% de los minoristas españoles teme que sus negocios estén en peligro debido al actual contexto económico

El comercio minorista independiente español confirma la tendencia europea de un contexto económico tenso, según un estudio de Ankorstore.

La reducción del poder adquisitivo de los consumidores, la competencia de las grandes cadenas y las webs de comercio electrónico (43%), y el aumento de los precios de la energía (46%), son los principales retos a los que se enfrenta el 80% de los minoristas independientes europeos.

Se estima que el 60% de los retailers europeos no participará en el Black Friday, pero el 34% de ellos lo haría si se les da la posibilidad de preservar sus márgenes.

La Xunta de Galicia destaca el taller artesano de Eferro como referente en el relevo generacional y en la actualización de los oficios tradicionales

El director general de Comercio y Consumo, Manuel Heredia, y la gerente de la Fundación Artesanía de Galicia, Elena Fabeiro, visitaron el pasado 13 de octubre en Merza (Vila de Cruces) el taller de zuecos de Elena Ferro, y que en el año 2019 fue galardonado con el Premio Nacional de Artesanía.



El director general de Comercio y Consumo, Manuel Heredia, visitó esta mañana el taller de elaboración de zuecos Eferro en Merza (Vila de Cruces). Durante la visita, en la que estuvo acompañado por la gerente de Artesanía de Galicia, Elena Fabeiro, Heredia destacó que Eferro, galardonada en 2019 con el Premio Nacional de Artesanía, es una empresa familiar que constituye un referente en el relevo generacional del sector artesano gallego, así como en la actualización de un oficio de tan honda tradición en Galicia como es la elaboración de zuecos, que estaba prácticamente extinto, hasta convertirlo en un producto adaptado a las tendencias de la moda actual.

Elena Ferro pertenece a la tercera generación de una familia de zoqueros que comienza a trabajar en el año 1915. Bajo la marca Eferro, consiguió transformar un artículo asociado al rural en un complemento de moda, añadiéndole un elevado grado de innovación a un producto tradicional. Combinando la marroquinería con la elaboración de zuecos, en su taller trabajan en la reinención del oficio integrando diseño y ergonomía con el objetivo de salvaguardar las señales culturales gallegas.

Xavier Pladellorens, cofundador del e-commerce deporvillage, sale de la compañía y cede la gestión al Grupo ISRG

Tras doce años al frente, el cofundador del e-commerce cede la gestión al Grupo ISRG, que amplía hasta el 98% su participación en la compañía, aunque mantendrán el 2% de las acciones.

El CEO y cofundador de deporvillage, Xavier Pladellorens deja la compañía tras 12 años al frente, periodo en el que junto a Ángel Corcuera ha logrado situar su romántica startup como uno de los principales operadores online de material deportivo especializado en Europa. Está previsto que, en los próximos meses, Corcuera también abandone la compañía.

Los hasta ahora CEO y CPO respectivamente Pladellorens y Corcuera han decidido que ha llegado el momento de ceder la gestión de la empresa al Grupo ISRG -JD Sports, Sprinter y Sport Zone-, que ha confiado su relevo en directivos del grupo. Según palabras de Xavier Pladellorens, "La vida son etapas y hoy se cierra la más intensa y apasionante de mi vida. Me llevo unas vivencias que poco podía imaginar hace 12 años cuando fundamos la compañía. Ahora toca tomarse un tiempo para pensar qué hacer en esta nueva etapa, que espero que sea también muy interesante."

Dr.Martens inaugura en Valencia



Dr. Martens, el pasado 6 de octubre inauguró en la ciudad de Valencia, en el número 16 de la calle Colón. La tienda cuenta con una ubicación estratégica y un espacio abierto al público de 95 m2.

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

Leather Cluster Barcelona da formación en Ubrique para la Confederación de Empresarios de Cádiz sobre la Piel, la Economía Circular y la Moda Sostenible

El pasado 27 de septiembre, el director ejecutivo de Leather Cluster Barcelona, Jordi Vidal, impartió una jornada formativa bajo el título, 'La Piel: origen, situación actual y retos a futuro, para la Confederación de Empresarios de Cádiz en Ubrique'.



La jornada formativa tuvo lugar en el Movex, el Centro Tecnológico de la Piel situado en Ubrique. Movex tiene como objetivo principal la dinamización de la industria marroquinera a través de la innovación y el desarrollo tecnológico. En sus más de 4.500 metros cuadrados acoge empresas de emprendedores relacionados con la fabricación de artículos de piel y la industria auxiliar.

El pueblo de Ubrique tiene una larga tradición en el sector de la marroquinería y con el paso de los años ha concentrado un importante número de empresas especializadas en la producción de bolsas de piel y otros artículos de marroquinería, conformando todo un clúster de la piel.

La sesión de conocimiento del sector de la piel impartida por Jordi Vidal, ha consistido en un aprendizaje por la sociología del consumidor, la historia de la piel, la economía circular, la moda sostenible, y el valor compartido a partir de la experiencia del Leather Cluster Barcelona.

Dar a conocer como percibe el consumidor español a la industria de la piel

El objetivo de esta jornada formativa realizada en Ubrique ha sido

dar a conocer como percibe el consumidor español a la industria de la piel, aportar elementos de reflexión sobre las contradicciones y realidades de la sociedad actual en cuanto a los productos confeccionados con piel, y hacer un viaje a través de la historia de la humanidad para recordar de dónde venimos, entender el contexto actual, y esbozar el futuro que se divisa.

En la sesión que ha despertado mucho de interés, los empresarios gaditanos han podido sumergirse en el ecosistema de la piel, en una jornada formativa a medida con un relato de la piel, de la economía circular hasta la moda sostenible.

Leather Cluster Barcelona

Leather Cluster Barcelona es un entorno de cooperación competitiva para promover proyectos estratégicos transversales y transformadores con el objetivo de impulsar el ecosistema del sector de la piel catalán. El clúster es una entidad acreditada dentro del programa Catalonia Clusters y cuenta con el apoyo de Acció. El clúster es una entidad acreditada dentro del programa Catalonia Clusters y cuenta con el apoyo de Acció.



¿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.



Montblanc X Naruto

La Maison de lujo colabora con la famosa serie de anime y manga en una colección multicategoría para celebrar el 20 aniversario de este fenómeno cultural global.



Desde su primera aparición en televisión hace 20 años, la serie anime Naruto: Shippuden, una adaptación del manga Naruto, ha fascinado a fans de todo el mundo con sus coloridas historias sobre las aventuras del joven ninja Naruto Uzumaki. La firma Montblanc, cuyas raíces están profundamente vinculadas al ámbito de la escritura, celebra el arte de narrar historias creativas y la influencia cultural de Naruto con la colección Montblanc x Naruto, que incluye artículos de escritura y piel, accesorios y smartwatches.

HOFF presenta su primera colección de bolsos de la mano de Ana Boyer



HOFF, marca española de sneakers referente en el sector, ha lanzado su primera colección de bolsos de piel y nylon en un evento para el que ha contado con la compañía de Ana Boyer.

La socialité se ha trasladado hasta Barcelona, ciudad en la que la firma ilicitana inaugura al mismo tiempo la apertura de su nueva tienda, para presentar en exclusiva una línea de accesorios lifestyle.

Aldo Comas y Amanda Portillo fueron otras de las celebrities que acompañaron a la marca española.

Delsey Paris utiliza la innovadora tecnología Silvadur en sus colecciones

La innovadora tecnología SILVADURT es un producto que trata los revestimientos de las maletas para evitar la proliferación de bacterias.



La innovadora tecnología Silvadur es un producto que trata los revestimientos de las maletas para evitar la proliferación de bacterias.

Silvadur utiliza una mezcla patentada de polímeros que protegen los tejidos impidiendo el desarrollo de bacterias en los tejidos tratados. Esta tecnología es duradera y eficaz. Cuando se aplica a los tejidos, resiste el lavado, la luz y el calor.

Todas las mochilas de Eastpak para dar la bienvenida al otoño

Todas las mochilas, bolsas y riñoneras que necesitarás este otoño llegan de la mano de Eastpak y las líneas CNNCT, Powr y Active Life.



Eastpak lleva desde 1952 creando bolsas que inspiran a la gente. Comenzó fabricando mochilas y petates para el ejército de los EE. UU., y ahora es una marca de estilo de vida líder entre los que viven, trabajan y juegan en la ciudad.

¿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



Complementos

Tommy Hilfiger presenta su nueva colección de relojes y joyas



La marca crea un estilo icónico, que cobra vida en la intersección de lo clásico y lo nuevo, co-creado con personas que están dando forma a la cultura en todo el mundo.

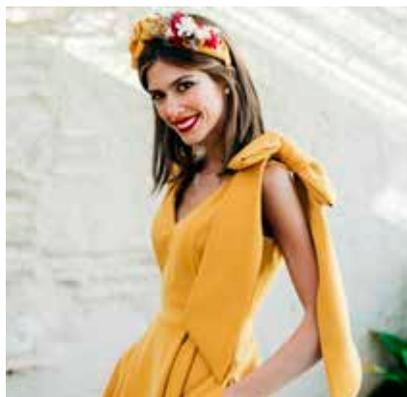
Hèroïne te ofrece cinco tips para escoger un anillo de pedida y no fracasar en el intento



Pero, ¿qué es lo más importante a la hora de diseñar un anillo de pedida? Rori y Rubén, fundadores de hèroïne, nos lo cuentan.

1. El día a día de la persona a la que va dirigido
2. El estilo personal
3. El metal
4. ¿Con piedra?
5. El símbolo

Las 5 diademas que completarán tu look de invitada son de Violeta Vergara



En ocasiones, hasta que encontramos el vestido perfecto, tardamos horas y horas, y con ello pensamos que lo tenemos todo. Pero, ¿qué es de los accesorios? Diríamos que son el toque final de nuestros estilismos, pero no menos importantes. Violeta Vergara será tu salvación para encontrar las diademas perfectas para completar tus looks de día.

“Esperanza”, la firma palmera Lepa Punca perteneciente a Isla Bonita Moda



La colección, conformada por cuatro piezas: dos pendientes y dos collares, está realizada en plata reciclada, pátina de óxido (en su versión oscura) y circonitas naranjas que nos recuerdan al corazón de nuestra tierra.

Ulysse Nardin suma tres nuevos modelos a la colección permanente Marine Torpilleur



Este año, la Maison enriquece su colección permanente Marine Torpilleur con tres nuevos relojes:

- Marine Torpilleur Dual Time
- Marine Torpilleur Moonphase en oro rosa
- Marine Torpilleur Tourbillon en esmalte Grand Feu blanco

IWC SCHAFFHAUSEN completa la colección de relojes de aviador Mark XX con cuatro nuevos modelos



Estos modelos se remontan al legendario Mark 11 desarrollado para la Real Fuerza Aérea Británica en 1948.



STEPPING STRONG STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM

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

La Asociación Valenciana de Empresarios del Calzado (Avecal) propone una subida salarial del 11,5% para los empleados del calzado en los próximos cuatro años

La patronal del calzado emplaza a los sindicatos a que continúen con la negociación.



La Asociación Valenciana de Empresarios del Calzado (Avecal) propone una subida salarial del 11,5% para los empleados del sector del calzado, que se haría efectiva durante los próximos cuatro años. La propuesta planteada por parte de la patronal del calzado de la Comunitat Valenciana a los sindicatos presentes en la mesa de negociación, UGT y CCOO, especifica un incremento del 4% desde el 1 de julio de 2022, cifra que superaría la subida salarial establecida por el Gobierno de España para los funcionarios del 3,5% en 2023.

Avecal mantiene las vías de diálogo con los representantes de los trabajadores para cerrar, con la vía del acuerdo y la mesa de negociación, un acuerdo definitivo que asegure un nivel de renta de los trabajadores y la viabilidad de las empresas del sector.

Marián Cano: "no entendemos el rechazo de los sindicatos a la propuesta"

Para la presidenta de Avecal, Marián Cano, "no se entiende el rechazo de los sindicatos a esta propuesta salarial, que incluso mejora las condiciones que recibirán los funcionarios y trabajadores públicos el año que viene". "Creemos que es una buena propuesta, sensata y razonable, que nace con la idea de paliar el encarecimiento de los costes producidos por la elevada inflación y de mitigar la pérdida de poder adquisitivo que están viviendo los empleados del calzado debido al ascenso en los precios de consumo", señala Cano.

Así en el acuerdo sugerido por la patronal del calzado valenciano se incluye una subida del 4% desde el 1 de julio para 2022, un aumento del 3% para 2023, de un 2,5% para 2024 y de un 2% más para 2025, un último aumento que sería revisado en función del IPC real al finalizar la vigencia, topada al 2% o la misma propuesta situando la subida para 2022 en un 2,5% desde el 1 de enero. La propuesta fue presentada ante los sindicatos a finales del mes de junio de este año, y desde entonces no se ha podido avanzar con los interlocutores sindicales que participan en la negociación.

Esfuerzo por parte de las empresas a pesar del momento de gran incertidumbre económica existente

"A pesar de la gran incertidumbre económica existente, de la previsible recesión económica que puede llegar a España y del encarecimiento en el coste de las materias primas, el coste energético y de los problemas con los suministros, los empresarios del calzado están realizando un importante esfuerzo para incrementar los salarios, y que los empleados del sector no pierdan su capacidad adquisitiva", concreta la presidenta de Avecal.

Por ello, desde Avecal se emplaza a los sindicatos a que continúen el proceso de la negociación. "Nosotros seguimos en la mesa de la negociación y no nos hemos levantado en ningún momento de ella desde que la iniciamos, seguimos dispuestos a negociar y estamos abiertos a ello. Queremos conseguir un pacto que beneficie a todos los empleados del calzado, pero que permita que el sector del calzado afronte la situación económica tan difícil en la que se encuentra", subraya Cano.

El calzado de la Comunitat Valenciana se adentra en el estudio del big data y el blockchain en un curso de Avecal

Avecal organiza un curso de formación centrado en el estudio y análisis de las aplicaciones de big data y de blockchain, que concluirá el próximo 27 de octubre.



Mediante esta formación se pretende mejorar y reforzar las capacitaciones profesionales para incrementar el conocimiento tecnológico de los empleados del sector del calzado, y promover la inclusión de estas herramientas digitales en la cadena de valor del calzado con el fin de reforzar y acelerar la transformación digital de la industria del calzado.

El curso está financiado por la Consellería de Innovación, Universidades, Ciencia y Sociedad Digital, enmarcado en la convocatoria de ayudas para colegios profesionales, asociaciones empresariales y asociaciones profesionales de formación en IA 2022.

La formación será impartida por el doctor José Vicente Segura del CIO-UMH, doctor Carlos Pérez de I3 de la UMH y el doctor Enrique Montiel de Desinope SL. Entre los objetivos que persigue este curso se encuentra permitir que las empresas del sector del calzado sean capaces de aprovechar las oportunidades que la tecnología y las nuevas infraestructuras ofrecen para evolucionar hacia los procesos digitales y ganar en competitividad.

Colores hiperbrillantes y apuesta por la sostenibilidad marcarán las tendencias de moda en calzado para la Primavera - Verano 2024

El Centro de Congresos Ciutat d'Elx ha acogido esta semana la presentación de tendencias organizada por la Asociación Española de Empresas de Componentes para el Calzado para la temporada de primavera-verano 2024.



La Asociación Española de Empresas de Componentes para el Calzado (AEC) ha organizado esta presentación, que ha hecho la experta de la consultora WGSN, Tamara Cloé Laguía.

Un mundo compartido entre lo digital y lo físico

Durante la misma, Tamara Cloé Laguía ha explicado que en esa temporada encontraremos "un mundo compartido entre lo digital y lo físico, combinando los diseños que pueden ser relevantes para los consumidores que viven más en el mundo digital con colores hiperbrillantes, técnicas más enfocadas al metaverso, o un mundo físico que es más sostenible, con los detalles, los adornos, los materiales reciclados alternativos al cuero, que promueven el proceso regenerativo desde la perspectiva de diseño o del desarrollo de productos". Señala que seguirá teniendo mucha importancia la "sostenibilidad", algo que las empresas de componentes llevan mucho tiempo haciendo hincapié.

Añade que "vamos a ver muchos colores hiperbrillantes que toman referencia del mundo digital combinado con neutros cálidos para dar el balance entre el mundo digital y el mundo físico".

En cuanto a colores, señala que habrá seis tonos claves con un color principal, el "apricot crush" (anaranjados), que "promueve la sensación de conectarse con el consumidor de una parte más emocional y promover una sensación de alegría y optimismo, que va a ser muy útil para los diseñadores".

El presidente de la Asociación de Componentes, Manuel Román, ha destacado la "excelente labor que los empresarios y profesionales del sector hacen desde las empresas y puestos de trabajo en un escenario muy difícil e inimaginable hace tres años".

Ha añadido que "este escenario convulso es el que define nuestro presente y marcará nuestro futuro, siendo protagonista de la mayor crisis sanitaria a nivel mundial, de la mayor crisis geopolítica vinculada a una guerra sin sentido y una desigualdad entre países y territorios".

A pesar de todo, ha dicho que "ahora somos algo más considerados y optimistas, y más capaces de superar retos y adaptarnos mejor a las circunstancias y de ser más solidarios".

Considera que "es necesario abandonar el discurso catastrofista y asumir el reto de prepararnos positivamente para responder a la crisis climática. Tenemos que ser capaces de controlar y revertir con la ayuda de todos".

Ha añadido que "el futuro en el sector apuesta por la robotización, pero lo importante tienen que ser las personas, formar equipos y profesionales que desarrollen capacidades cognitivas, basadas en el pensamiento crítico, sistémico, emprendedor y creativo. Debemos diferenciarnos, integrarnos y desarrollarnos para evolucionar en un mismo mundo más tecnológico y disruptivo".

Ha pedido a los asistentes que sigan apostando por la feria del sector, por FUTURMODA.

Y ha recordado que en los próximos días se desarrollarán los seminarios de tendencia de moda.

La Confederación Europea del Calzado informa de que el proyecto Erasmus+DiaSHOE se encuentra en su última fase

Los días 28 y 29 de septiembre, el consorcio del proyecto Erasmus+ DiaSHOE se reunió en Iasi (Rumanía) en la Universidad Técnica "G. Asachi" (TUIASI).

El proyecto DiaSHOE tiene como objetivo sensibilizar sobre el Síndrome del Pie Diabético (DFS) y sobre la importancia del calzado adecuado para mejorar la calidad de vida de los pacientes. En este sentido, los socios procedentes de 7 países diferentes de la UE (Bélgica, Chequia, Alemania, Rumanía, Polonia, Portugal y España) están desarrollando materiales de capacitación para grupos objetivo específicos, a saber, diseñadores y técnicos de calzado, dependientes de tiendas y pacientes con DFS.

Aunque los materiales de formación para los fabricantes de calzado se encuentran en la fase de prueba, el consorcio ya está desarrollando el resto de cursos y materiales. Los técnicos, profesionales o diseñadores de calzado, pueden contribuir todavía a la consolidación del curso ya existente completando las lecciones y brindando retroalimentación: solo necesitarán crear un perfil en la plataforma de aprendizaje Losglobos (accesible desde el sitio

web del proyecto).

Los participantes en la reunión en Iasi estaban muy satisfechos con los comentarios positivos recibidos hasta el momento y el gran interés mostrado por las partes interesadas: todos los elementos dan un impulso de optimismo sobre el éxito de las próximas tareas. Durante la última fase del proyecto, los socios se dedicarán a desarrollar los materiales restantes. Además, el consorcio organizará eventos nacionales para difundir los resultados del proyecto y responder a cualquier pregunta de las partes interesadas.

Desde la Confederación Europea del Calzado se invita a todos los profesionales del sector a seguir el sitio web del proyecto www.diahoeproject.eu y los perfiles de las redes sociales (Facebook y LinkedIn) para estar informados sobre los avances de este proyecto y a participar activamente en el mismo.

Hogan avanza su colección SS23 en la Semana de la Moda de Milán

Una colección que conecta generaciones presentes y pasadas a través de un viaje continuado hacia el futuro manteniéndose fiel a su propio legado.



La colección Primavera-Verano 2023 de HOGAN aporta frescura a sus estilos icónicos. Los seguidores de #genh encontrarán un punto fuerte en las nuevas propuestas de la marca: Key pieces realizadas en una selección única de nuevos materiales: denim stone washed, malla de goma con piel y algodón de lino, interpretados en colores neutros, tonos intensos y estampados florales para ser llevados cómodamente con básicos de alta gama.

Levi's recupera su línea de calzado "Levi's for feet"



En septiembre de 1975, Levi's® entró en el mercado del calzado con el lanzamiento de la colección "Levi's® for Feet". Los 12 modelos de esta línea fueron descritos por la prensa como "jóvenes, resistentes y de estilo informal". Hoy, con la influencia de las décadas de los años setenta y ochenta en la moda, traer de vuelta un clásico de Levi's® de esta época parece todo un acierto. Levi's® se enorgullece de anunciar el relanzamiento de su línea "Levi's® for Feet" para este otoño-invierno 2022.

DUUO: la firma de zapatillas sostenibles que apuesta por la empatía como valor principal



DUUO elabora un calzado urbano, que utiliza materiales de alta calidad que dotan a cada zapatilla de un aspecto único y moderno. Diseñada con tejidos sostenibles, reciclados y respetuosos con el medio ambiente. Las zapatillas de la nueva colección destacan por su estilo, diseño y personalidad, apostando a su vez por un consumo responsable y utilizando tejidos cálidos, acorde con la temporada.

D.Franklin sigue creciendo en ecommerce tras su paso por Google Growth Academy for Startups



Que crezcan los números y las personas dentro de una empresa siempre es síntoma de estar haciendo bien las cosas. Y esto es lo que ha experimentado D.Franklin, uno de los ecommerce de moda en la venta de ropa, calzado y accesorios de alta calidad, durante el último año tras su paso por el programa Google for Startups.

Tras ser seleccionados en el proyecto de la multinacional americana, la marca, fundada por Daniel y Enrique Esquitino en 2013, ha conseguido aumentar sus ventas cerca de un 20% a través de su tienda online. Además, las previsiones para cierre de este año son positivas tras las alianzas con otros puntos de venta como El Corte Inglés, Amazon o Privalia.

Los botines de la temporada son de Calzados Pitillos



En esta nueva temporada la firma trae un sinfín de botines en una gama muy amplia de colores (desde los clásicos en negro y beige hasta opciones más de temporada como burdeos o kaki), en distintos materiales, con una variedad de estilos (más formales, en versión deportiva, con tacón...).

Pikolinos se estrena en la financiación sostenible de la mano de BBVA

BBVA y Pikolinos han formalizado un préstamo de financiación sostenible ligado a la consecución de objetivos ambientales.

Esta operación apoya la transición ecológica del modelo productivo del grupo multinacional ilicitano, que busca seguir reduciendo sustancias emitidas a la atmósfera en su proceso de fabricación.

Pikolinos, empresa dedicada a la producción, comercialización, distribución y exportación de todo tipo de calzado y complementos de piel con presencia en más de sesenta países, ha confiado en BBVA en su primera operación sostenible. La línea de financiación se ha ligado al cumplimiento de una serie de indicadores sostenibles relacionados con la reducción de las emisiones enmarcadas en el proceso de fabricación del calzado. La sostenibilidad del producto viene marcada por la composición de los materiales que se requieren para su obtención; y con este fin, se busca continuar reduciendo las sustancias emitidas a la atmósfera. Esta actuación se enmarca en el Plan Estratégico de la compañía alicantina.

Steve Madden nos da la bienvenida a su universo MADDENWOOD



La icónica firma de moda estadounidense lanza una inmersiva campaña global de realidad aumentada con las rompedoras celebridades Bella Poarch, Latto y Chloe Cherry como protagonistas.

Gracias a la innovadora realidad aumentada de la tecnología smartphone, los consumidores podrán ser conducidos a través de códigos QR únicos al corazón de MADDENWOOD para experimentar el mundo en el que Bella, Latto y Chloe se encuentran una vez se ponen un par de Maddens.

FUTURMODA celebra los resultados de su última edición y avanza que en la próxima cita estará presente también la maquinaria

FUTURMODA confirma el buen momento y el despegue del sector de los componentes.

FUTURMODA ha cerrado sus puertas, después de dos días de feria, con un balance altamente positivo. Así lo han indicado tanto expositores como visitantes, que han mostrado su satisfacción por el resultado final del certamen, a pesar de que las expectativas iniciales, teniendo en cuenta la coyuntura internacional, los costes de la energía y la inflación.

Durante los dos días ha habido mucho movimiento en los pasillos de FUTURMODA y según declaran los expositores, en los stands se ha trabajado a pleno rendimiento.

El presidente de FUTURMODA, José Antonio Ibarra, afirma que el balance que se puede hacer de la feria es "francamente positivo", ya que ha venido mucha gente y representantes profesionales internacionales y nacionales.

Falta mano de obra especializada en el sector

Ibarra añade que "el expositor está contento, tanto de pieles, como prefabricados y de cualquier otro producto. Han tenido muchísimas visitas de sus clientes habituales, pero además de visitantes nuevos que se interesan por descubrir las nuevas tendencias para poder crear sus colecciones". A nivel más general, Ibarra sí que echa en falta mano de obra cualificada en el sector, por lo que dice que es "fundamental que haya un entendimiento entre gobierno, industria de componentes y de calzado para seguir creando empleo, seguir manteniendo el prestigio de la marca Made in Spain". Dice que "a nivel nacional la gente es muy luchadora y trabajadora y lo único que queremos es trabajo, trabajo y trabajo".

En esta edición de FUTURMODA se ha puesto de manifiesto la importancia de la sostenibilidad en el sector. Ibarra afirma que "lo sostenible está triunfando, cuesta dinero, pero el sector apuesta por ello. Las empresas están luchando y se ven inmersas en ese tirón importante. Estamos manteniendo la línea de calzado de calidad medio-alta".

El espacio Green Planet ha sido uno de los espacios de la feria con más afluencia, tanto de expositores como de visitantes. Se ha convertido en un lugar emblemático dentro de FUTURMODA, en el que más de un centenar de empresas han mostrado las apuestas por la sostenibilidad, el respeto al medio ambiente, la economía circular.

La próxima cita será el 18 de octubre en el Centro de Congresos Ciutat d'Eix a las 19:00 horas. La consultora WGSN hará la presentación de las tendencias para la primavera-verano 2024.



La segunda edición de la feria KMO Moda exhibe la oferta de 30 expositores que atrae a más de 200 visitantes profesionales

El directorio online de expositores ya está activo y será accesible durante los próximos 365 días.



Una semana después, se puede analizar con perspectiva el éxito de la Feria Kilómetro 0 Moda organizada por ASECOM, junto con la CAM y la colaboración de Fedecon, la Agrupación del Género de Punto (AEGP), Modacc, Fitex y Confederación ModaEspaña.

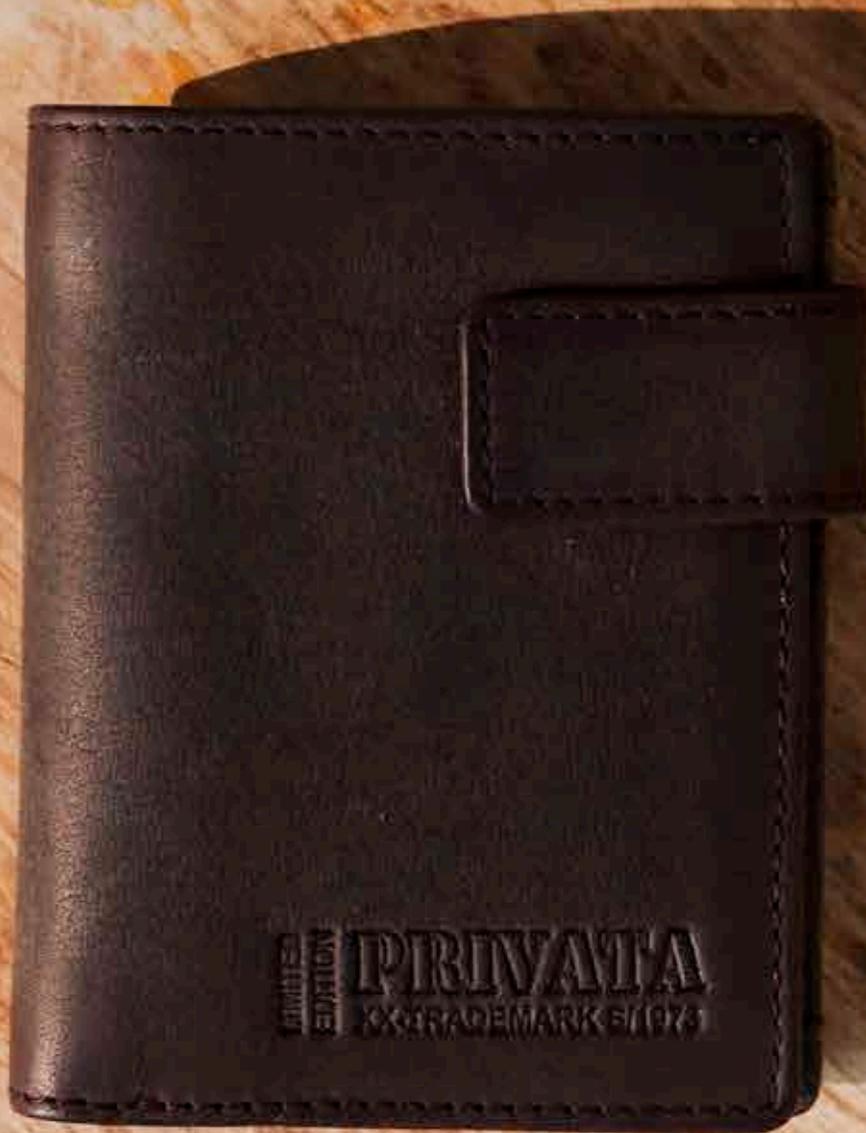
El Palacio de Santoña acogió a los 30 expositores que pudieron mostrar sus productos y servicios en las cinco salas que abarcó la feria. Por ellas pasaron más de 215 visitantes que tuvieron tiempo para poder establecer contacto con las empresas participantes y fomentar las sinergias dentro del sector de la moda española.

Durante la inauguración, la Directora General de Comercio de la Comunidad de Madrid, Marta Nieto, y el Presidente de ASECOM y de la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Madrid, Ángel Asensio, pasaron por cada stand compartiendo unos minutos con los expositores para conocer de cerca sus actividades y necesidades.

Impulso de asociaciones comerciales entre productores textiles, empresas de servicios auxiliares, marcas y empresas del sector textil y de la moda

Los dos días que duró la Feria Km0 Moda sirvió para impulsar las asociaciones comerciales entre los productores textiles españoles expositores -talleres de confección, géneros de punto, estampación, patronaje, corte, acabados, complementos textiles, etc.-, así como empresas de servicios auxiliares para el sector -empresas de logística, tecnológicas, digitales, reciclaje, etiquetas, fornituras, etc.- y las marcas y empresas del sector textil y de la moda, comercios y distribuidores que visitaron la feria.

A partir de ahora, la feria sigue viva a través del directorio de expositores que se encuentra ya en la web en el que se podrán consultar los datos de cada participante de la segunda edición de Kilómetro 0 Moda. En breve, se iniciarán los trámites para la organización de la próxima edición.



www.privata.com



Expo Riva Schuh & Gardabags fija las fechas de sus próximas ferias para 2023

El certamen pone la innovación y la internacionalización en primer plano.



Las próximas ediciones de Expo Riva Schuh & Gardabags se llevarán a cabo del 14 al 17 de enero de 2023 y del 17 al 20 de junio de 2023.

Según fuentes de la organización de estos eventos, son excelentes oportunidades para que la industria se reúna, a la luz de los resultados de la última feria y el entusiasmo mostrado por marcas y fabricantes que ya tienen previsto asistir a ambos certámenes.

Las nuevas acciones entrantes implementadas por la feria para fortalecer la participación internacional en el evento recibieron una respuesta muy positiva. Ya se han concluido acuerdos con expositores y compradores del Sudeste Asiático, India, Singapur, Indonesia y Malasia.

Asimismo, han confirmado su asistencia delegaciones de

Estados Unidos, Canadá y América Latina, mientras que en Europa el foco estará puesto en los países escandinavos y el Reino Unido, que acogerá el regreso de "Expo Riva Schuh Around the World", un evento dedicado a los distribuidores británicos.

También continuarán las iniciativas innovadoras y exitosas, como el Servicio Híbrido, que permitirá la participación de numerosas empresas de China y de otros países donde los viajes aún están restringidos; Innovation Village Retail, un proyecto pionero dedicado a la innovación en distribución que ya ha potenciado la visibilidad internacional de start-ups emergentes; y el enfoque en Sostenibilidad, particularmente en temas de trazabilidad, considerado clave para encontrar, promover y aumentar el valor de las empresas que están haciendo inversiones considerables para asegurar que su negocio sea más amigable con el medio ambiente y las personas.

Como es tradicional, las fechas de 2023 de Expo Riva Schuh & Gardabags abrirán las futuras temporadas Otoño/Invierno 2023/24 y Primavera/Verano 2024:

98ª edición 14 - 17 enero 2023

99 edición 17 - 20 junio 2023

MICAM Milán, MIPEL y TheOneMilano confirman fechas y repiten fórmula en 2023

En vista del éxito de la última edición, el salón internacional del calzado MICAM Milán, el salón internacional de marroquinería y complementos de moda MIPEL, y TheOneMilano, escaparate internacional de la moda exterior y la alta moda, volverán a coincidir todos juntos en una feria comercial de cuatro días. Todos estos salones tendrán lugar del 19 al 22 de febrero de 2023 en Fiera Milano, de 9:30 a 18:30 los primeros tres días y de 9:30 a 16:00 el 22 de febrero.

Este gran evento de cuatro días confirma la recuperación de las industrias representadas en las tres ferias de Confindustria Moda, que continúan destacándose por sus eventos atractivos y complementarios, manteniendo las sinergias establecidas en los últimos dos años, informan fuentes de la organización de estos salones.

El evento también coincidirá con las fechas de HOMI Fashion&Jewels, confirmada del 17 al 20 de febrero, y Lineapelle, programada del 21 al 23 de febrero, ofreciendo a los distribuidores otra oportunidad de descubrir los últimos diseños y tendencias.

Simac Tanning Tech 2022 cierra en positivo



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 para el mobiliario.

Las cifras confirman esta tendencia positiva, a partir 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.

Texworld Evolution Paris volverá del 6 al 8 de febrero de 2023

El evento regresa con una edición completa caracterizada por la presencia física de muchos países asiáticos.



Por la parte de telas y tejidos, anuncian fuentes de la organización de este certamen, regresarán empresas indonesias como Daliatex (seda), así como de fabricantes taiwaneses como Rorica y Convertec (bordado), o Hi-Tec Industries (punto).

Los pabellones nacionales, de gran tamaño y que representan una amplia variedad de productos, se organizarán en colaboración con las principales instituciones textiles: la Cámara de Comercio de Estambul para Turquía y el KOFOTI para Corea.

Por lo que respecta a la ropa, el gran retorno de Asia está encarnado por un excepcional pico de participación física de las empresas chinas y la presencia de países

como Bangladesh, Hong Kong, Pakistán y Sri Lanka que no pudieron participar en febrero de 2022. La presencia de la India será significativa, especialmente a través de un grupo de fabricantes de prendas de vestir traídos por la institución Texprocil, y Mongolia estará representada por Munkh, un fabricante de productos de alta gama hechos de cachemira.

Con el fin de facilitar la visita a los profesionales, La organización del certamen implementa por primera vez una nueva guía para visitar su programa: "el hilo rojo". Verdadero resumen del programa, pasará por las principales áreas para dar una imagen general rápida (pabellones, sector Elite, foros de tendencias...).

Inspiramais adelanta las tendencias para su edición 2023

Inspiramais arranca motores de cara a su próxima edición que tendrá lugar en Porto Alegre (RS), los días 24 y 25 de enero de 2023. Las empresas expositoras están desarrollando sus productos en base al tema de investigación Primal 2024 _Invierno.

Primal 2024_1 engloba, a su vez, los subtemas LEGADO y ETÉREO

Legado se fija en el retorno a lo rústico, a los orígenes y a la sencillez. Por su parte, Étéreo abarca la fragilidad, la sensibilidad táctil y la calidez.

Primal 2024_1 se está realizando a través de la metodología de una pirámide. La base representa el 10% y se centra en el laboratorio de investigación; el proceso de desarrollo de materiales supone el 30%, mientras que la parte superior de la pirámide, un 60%, se corresponde con la masificación y la aprobación por parte del mercado.

INSPIRAMAIS:

Se trata del único Salón de Innovación y Diseño de Componentes para el Calzado, Marroquinería, Moda, Joyería y Mobiliario de América Latina. Nació hace 12 años promovido por ASSINTECAL, junto con Apex-Brasil (Agencia Brasileña de Promoción de Inversiones y Exportaciones). El evento se celebrará los días 24 Y 25 de julio, por tercera vez consecutiva, en el Centro de Eventos de la Federación de Industrias de Rio Grande do Sul (Fiergs), en Porto Alegre (Brasil). www.inspiramais.com.br

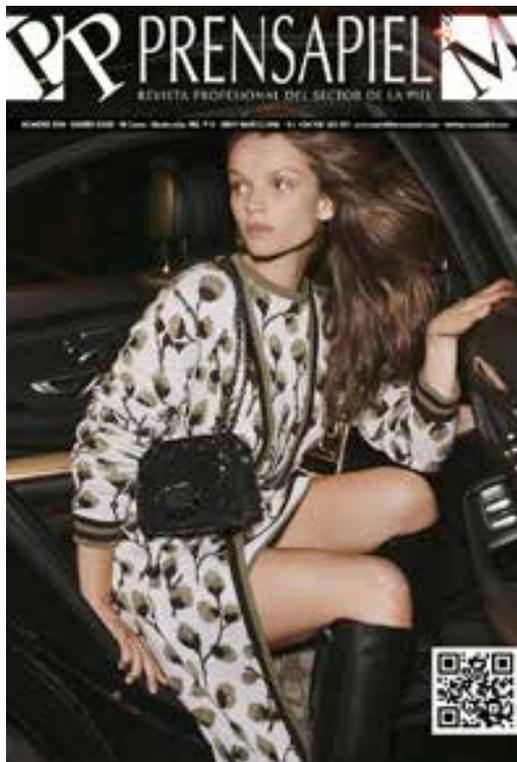
Fur Shopping Festival 2022 celebra su séptima edición en el Centro Internacional de Exposiciones de Kastoria

El viernes 14 de octubre de 2022, cerró la 7ª edición de Fur Shopping Festival 2022 - Festival de Compras de Pieles (FSF), que tuvo lugar en el Centro Internacional de Exposiciones de Kastoria, el centro de exposiciones más grande de los Balcanes.

Un evento importante en la industria griega de las pieles, la FSF comenzó por primera vez en 2016 y fue aceptada tanto por expositores como por compradores comerciales, así como por la comunidad local de Kastoria.

Docenas de expositores, presentaron una vez más sus maravillosas creaciones de pieles, despertando el interés de los muchos compradores comerciales procedentes de Bélgica, Bulgaria, la República Checa, Francia, Finlandia, Grecia, Italia, Kazajstán, Kuwait, Lituania, Macedonia del Norte, Polonia, Rumania, Rusia, Serbia, España, Siria, Turquía, Ucrania, Reino Unido y Estados Unidos.

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:

