PUNTO MODA

NÚMERO 328 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

Cortefiel presenta su modelo mutilmarca omnicanal en España y Portugal

Oysho Ski Collection

ENCUENTRANOS EN

apparelsourcing PARIS
avantex PARIS
leatherworld PARIS
TEXWORLD PARIS

TEXWORLD EVOLUTION
PARIS

06–08.02.2023
PARIS, LE BOURGET
FRANCIA

Partner-up para el suministro de la moda

texworldevolution-paris.com

PuntoModa 2 Q. Noviembre'22
Periodicidad: quincenal

Nuestra Portada:
Armani Exchange

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.
Diputación, 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.

Pedro Sánchez subraya el papel clave del PERTE de Economía circular para impulsar la competitividad de la industria española

El presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, visitó el pasado 5 de noviembre las instalaciones de la empresa CTLpack, en el Parque Tecnológico de Álava, en Miñano (Vitoria). El jefe del Ejecutivo recorrió la planta de esta empresa del sector de la fabricación de envases de la industria cosmética y farmacéutica a partir de material reciclado post consumo, que trabaja en el desarrollo de soluciones circulares en base a métodos de reciclado.

En su visita, el presidente del Gobierno puso en valor el PERTE de Economía circular, proyecto estratégico que, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, busca acelerar la transición hacia un sistema productivo más eficiente y sostenible en el uso de materias primas.

El PERTE de Economía circular está dotado con 492 millones de euros de fondos públicos, con los que se busca incrementar la competitividad de los sectores industriales y la empresa en general, para asegurar una mayor autonomía estratégica del país.

Las ventas del comercio aumentaron un 4,2 % en octubre respecto a 2021, según el barómetro Acotex

Según fuentes de Acotex, "en este mes de octubre hemos observado mucho menos afluencia de clientes a las tiendas". En su opinión, "se debe a que los clientes tienen menos dinero en el bolsillo por el incremento de la luz, el gas, la gasolina, la cesta de la compra…" y por ello "destinan la renta disponible principalmente a alimentos y pago de suministros e hipoteca quedando muy poco o nada para la ropa".

De cara a la campaña de Black Friday, Acotex no espera, en general, descuentos agresivos "ya que al comercio también se le han incrementado los costes de la luz, de las materias primas, de la logística, del alquiler, etc. y no tiene margen suficiente para aplicar descuentos agresivos". Por ello, prevé, "sí habrá descuentos porque los están esperando los clientes, pero estos serán livianos".

Para paliar la actual situación, Acotex solicita de forma urgente una "reducción de impuestos y cargas fiscales tanto a las empresas como a las familias, para que dispongan de mayor renta disponible permitiendo un mayor gasto".

TexMeeting 2022 by Texfor pone de manifiesto que la colaboración entre todos los agentes implicados en el reciclaje textil es clave para la circularidad

La industria textil es unánime en que es necesario un acuerdo de todos los agentes implicados en toda la cadena de valor y la Administración. Esta es la conclusión más importante del TexMeeting 2022, celebrado el 28 de octubre, informan fuentes de Texfor.

Unas 150 personas aceptaron la invitación de la Confederación de la Industria Textil (Texfor) y asistieron a la conferencia celebrada en el Recinte Modernista Sant Pau de Barcelona. El tema a debate, RE-textil suscitó gran interés por parte de los asistentes.

La legislación española y europea está empujando al textil hacia la sostenibilidad y la circularidad, a través del reciclaje. Pero, según el presidente de Texfor, Josep Mª Mestres, la transición tiene que sortear aún muchos obstáculos. "Nos quieren sostenibles pero también debemos ser sustentables. Las administraciones públicas tienen ahora la oportunidad de volcarse en una industria textil, que ya ha demostrado durante décadas que es fiable. Tenemos que seguir creyendo y prepararnos para un futuro más brillante. Eso requiere de un nuevo marco regulatorio, donde la calidad y la durabilidad se conviertan en la norma, donde se premie la transparencia y la sustentabilidad, donde los que no cumplan las reglas y los estándares se queden fuera del mercado. Es decir, necesitamos encontrar las fuerzas motrices, defender toda la cadena de valor y apoyar las barreras regulatorias necesarias".

Cortefiel presenta su modelo mutilmarca omnicanal en España y Portugal

Cortefiel, la marca de Tendam, refuerza en sus tiendas físicas la oferta con la que cuenta en su entorno digital. Desde esta campaña Otoño Invierno 2022/23, Cortefiel no es solo Cortefiel. La campaña se ha lanzado masivamente en televisión .

Mango exhibe en París su nueva colección en exclusiva Camille x Mango

La nueva colección exclusiva Camille x Mango, ya disponible en tiendas y online, está formada por prendas entre las que destacan vestidos, abrigos y complementos para crear looks de fiesta.

Dulceida estrena docu y colección de zapatos para estas Navidades en tiendas Krack

El docu de Dulceida (Dulceida al desnudo) llega justo a tiempo para inaugurar la temporada de Navidad, al igual que su nueva colección de calzado.

Yuccs aterriza en Barcelona con su primera tienda

Yuccs, la marca pionera de zapatillas sostenibles de lana merina en nuestro país, avanza en su expansión retail con la apertura de su primera tienda física en Barcelona.

Silbon se inicia en el Metaverso con tienda virtual

Los clientes Silbon podrán hacer una primera inmersión a esta tienda virtual a través de una visita demostración desde la Flagship Store de Silbon en Córdoba.

Jimmy Choo luce boutique en Galería Canalejas

Un nuevo y exclusivo destino de compras en el corazón de la ciudad.

Blue Banana elige Bilbao para continuar con su estrategia omnicanal

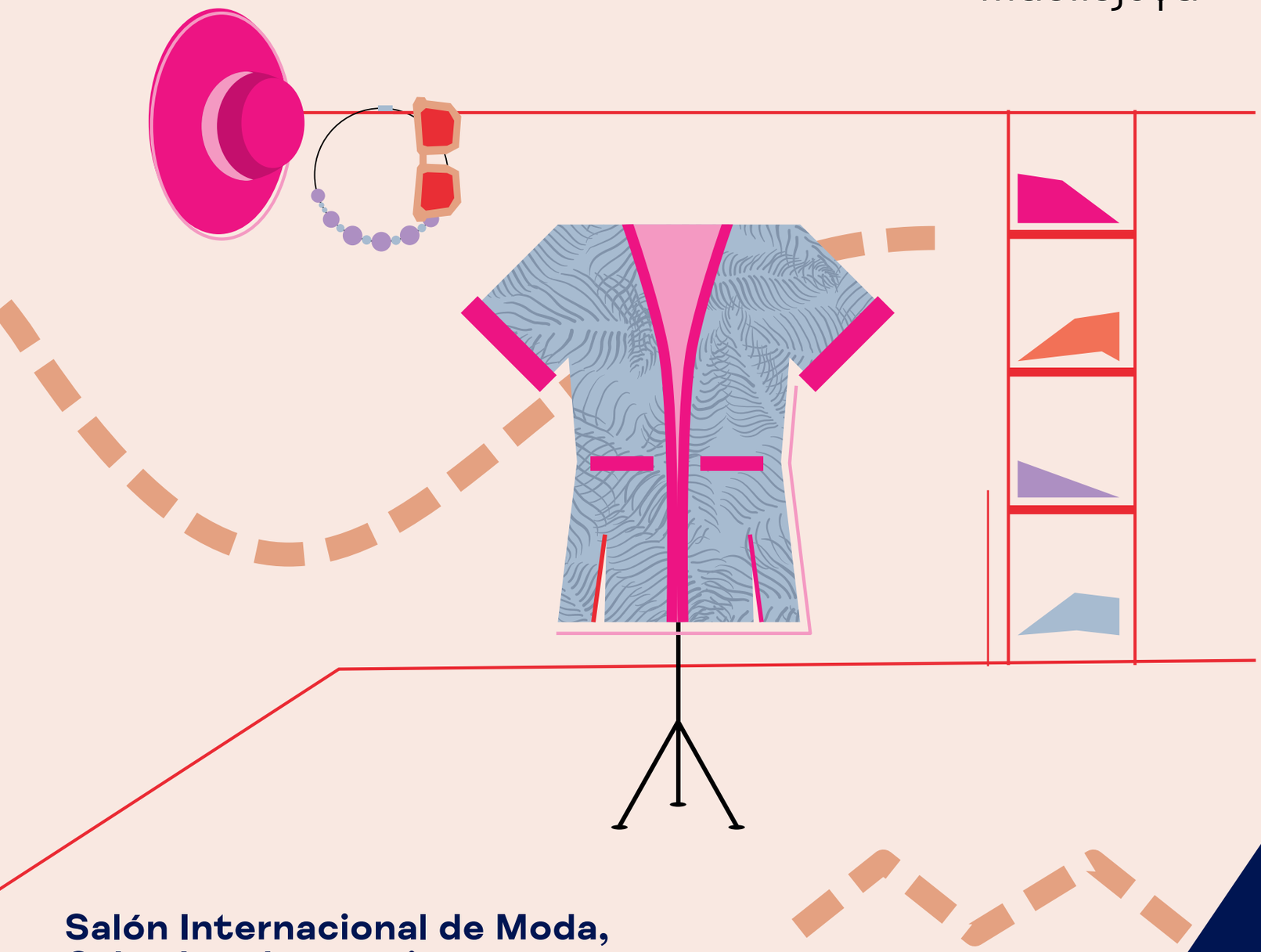
Blue Banana elige la ciudad vasca para continuar su estrategia omnicanal, que comenzó hace más de un año, y con la que ya ha puesto en marcha otras siete tiendas en España.

MOMAD

Profesional

En coincidencia con

bisutex
intergift
madridjoya



Salón Internacional de Moda, Calzado y Accesorios.

03-05 Feb 2023

Recinto Ferial
ifema.es

IFEMA MADRID

Antony Morato factura 61,8 millones durante los primeros nueve meses de este año

En los nueve primeros meses del año, la marca alcanzó unos ingresos de 61,8 millones, frente a los 50,6 millones del mismo periodo de 2021, lo que supone un aumento del 22% desde el inicio del año. Con un crecimiento de dos dígitos en los tres canales de venta: la venta al por menor logra un +29%, las ventas online un +27%, y las ventas de WHS un +17%. Sólo en el tercer trimestre, los ingresos ascendieron a 26,5 millones de euros, un 18% más que en el mismo periodo de 2021.

Las previsiones de la marca parecen firmes para 2023: de hecho, la campaña SS23 se cerró recientemente con pedidos por valor de más de 27 millones de euros, un resultado que lleva a un aumento de las ventas del +17% en comparación con la temporada SS22.

#NewIn: los vestidos de Compañía Fantástica que te salvarán los eventos de la temporada

Diseños versátiles que se adaptan a múltiples escenarios.

Longchamp Glaming Spring-Summer 2023

Inspirado en el glamping, la colección captura una feminidad segura de sí misma, que se expresa mediante combinaciones audaces de tejidos, estampados y estilos. El espíritu de la temporada es a la vez glamuroso y nómada, una alegre armonía de libertad y refinamiento.

Llega Exótica, la colección más salvaje de Cocolebrel

EXÓTICA es una colección diferente, extravagante, original y atrevida.

Una colección para una mujer valiente y empoderada, fuerte y libre que desafía todas las formas del patriarcado.

Viste el estilo british más actual con BYAN

BYAN se inspira en la campiña inglesa para proponer blazer y abrigos de cuadros con los que se rinde homenaje a la sastrería tradicional.

GUESS se asocia con Brandalised para crear una colección cápsula

Creada en colaboración con Brandalised, una licencia de grafiti urbano cuya misión es ofrecer a los fans de Banksy objetos de colección de grafiti asequibles, esta nueva cápsula presenta prendas contemporáneas para hombres, mujeres y niños de GUESS, junto con accesorios únicos.

Salsa lanza su campaña Never Stop Pushing con Eugenia Silva como una de las embajadoras

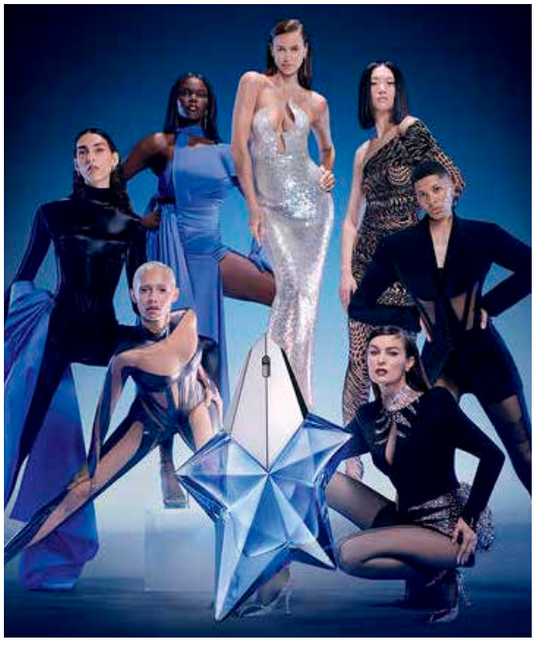
Bajo el concepto creativo Never Stop Pushing, Salsa empodera a todas las mujeres que luchan por la equiparación de los derechos y que siguen trabajando por hacerse oír en una sociedad sin grietas ni desigualad.

Esta campaña está dedicada a todas las mujeres reales, mujeres inspiradoras que, gracias a su labor, siguen ejerciendo el push en la comunidad y en su vida.

Desigual reinventa con #NewIcons los imprescindibles de la temporada

Desigual reformula los clásicos del invierno para presentar estas nuevas prendas -que aspiran a ser nuevos iconos de la estación-, con mujeres también icónicas e influyentes en materia de estilo: Gala González, Julieta Gracia y Patricia Manfield.

El icónico perfume Angel de Mugler cumple 30 años



Desde hace 30 años, los perfumes Mugler transgreden los códigos, desafían el tiempo y nos inspiran para convertirnos en quien queremos ser. Icono y éxito mundial desde 1992, Angel Eau de Parfum es la encarnación de este espíritu de vanguardia infundido por Manfred Thierry Mugler. Ovni olfativo en el momento de su lanzamiento, Angel emana de forma atemporal una fragancia de una audacia, sensualidad y modernidad absolutas. La afirmación de una libertad sin límites. ¿Y sabes qué? ¡Se puede utilizar también como gel de baño!

Actualmente, Angel Eau de Parfum celebra 30 años de vanguardia a través de una nueva campaña magnética, impulsada por siete feminidades inspiradoras, inclusivas y libres. Un homenaje extraordinario a la desmesura de esta fragancia icónica.

Anorak Therapy: tu piel pide un abrigo en invierno y viene en forma de vitamina F

La vitamina F y el ácido hialurónico se postulan como la mejor forma de mantener la hidratación y la barrera hidrolipídica de la piel.

La Crema Hidratante Ácido Hialurónico de Skin Generics trabaja con ácido hialurónico de bajo peso molecular para penetrar en la piel con más profundidad. Posee, asimismo, diglicerina y un compuesto de patente propia, Lipomoist, que ayudan a evitar la deshidratación.

La Crema Regeneradora Celular Anti-Edad Vitamina F + Retinol de Skin Generics cuenta con un 25% de complejo activo y es el anorak perfecto para la piel. Cuenta con Vitamina F para ayudar a restaurar la barrera natural, favoreciendo la reducción de las rojeces y el exceso de sebo al tiempo que potencia la luminosidad del rostro.

¿Uñas débiles y agrietadas? Nuevo Hard to Resist Glow & Shine de essie

Hard to Resist, la gama de endurecedores de uñas de essie, abre un nuevo capítulo en su historia con el nuevo Hard to Resist Glow and Shine. Resistencia al instante, gracias a su tecnología nail bonding que une las capas de las uñas debilitadas, fortaleciéndolas y reduciendo su fragilidad. Además, su fórmula es vegana.

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

Organized by

Riva del Garda® Fierecongressi

In cooperation with

be IT

Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation

ITA ITALIAN TRADE AGENCY

Se llevan los calcetines por la rodilla. Y los de talk under light son de algodón orgánico

Pasarelas como la de París, shows como Valentino o Christian Dior o influencers como Belén Hostalet, Clara Aparicio o Eider Paskual, la idea de llevar tus calcetines o medias a la vista ya no es para nada algo nuevo, pero la forma de llevarlas sí. Entre los materiales, las texturas, las medias y los calcetines más finos, las medias de algodón, las de alto rendimiento o las de running. Todo vale para sumarse a esta tendencia.

Desde Estudio Cartulina, te recomendamos las calzas de talk under light, elaboradas en algodón orgánico y con tintes 100% naturales. Un modelo extralargo para arrugarlas o llevarlas por encima de la rodilla y lucirlas con todo y a todas horas.

Empieza el frío y nos toca ahorrar… Triumph te arropa esta temporada con sus cálidos Pijamas Boyfriend y sus Thermal Jump Cardigan

Triumph lleva el concepto de ropa interior como ropa exterior al siguiente nivel con el lanzamiento de sus calidas prendas para el hogar. Camisones fabricados con un ligero satén reciclado, el tejido fluye acariciando la piel y proporcionando la máxima comodidad, con un acogedor tejido de punto.

Los días relajados exigen el nuevo Thermal Jumper Cardigan. Este elegante cárdigan de corte holgado tiene mangas anchas para un look realmente moderno y de tendencia. Fabricado con un tejido reciclado de control térmico, es un complemento acogedor para la colección de ropa de descanso de cualquier mujer, que puede llevarse con el pantalón térmico Cosy a juego.

Sloggi, el regalo perfecto para estas navidades

Estas festividades, sloggi propone una amplia selección de regalos para todo tipo de gustos.

Isafi, S.L. C/Aragón, 2 - P.I. El Pastoret 03640 Monóvar (Alicante) tel. 965472835 info@isafi.es

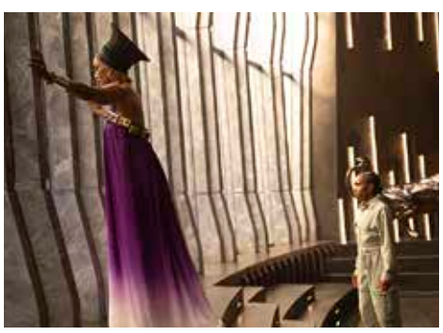
Columbia triunfa sobre el clima: PEAKFREAK II

Ya sea bajo la lluvia o el aguanieve, estas botas de senderismo proporcionan una protección impermeable excepcional y tienen una confección transpirable.

Las peakfreak de Columbia son la nueva línea de senderismo de la marca. Este calzado es perfecto para vivir aventuras todo el día, gracias a la malla sin costuras y las tecnologías para fijar el mediopié en su lugar.

La suela de gran agarre te permite avanzar con firmeza en cualquier terreno: mojado, seco, en el césped o la gravilla.

Adidas diseña varias prendas y calzado para 'Black Panther: Wakanda Forever' de Marvel Studios



Adidas ha unido fuerzas con Marvel Studios para desarrollar el vestuario y el calzado a medida diseñados para los personajes Shuri, Okoye y Riri de Black Panther: Wakanda Forever.

Oysho Ski Collection

La nueva Ski Collection presenta chaquetas, pantalones y monos de alta resistencia, con aislamiento térmico testeado en laboratorios para soportar temperaturas extremas de hasta -17º.

Diseña tu propia realidad con Skepta y las nuevas Puma RS-X "Revolutionaries"

PUMA, Skepta y una lista estelar de invitados se reunieron en The Outernet para celebrar la evolución de Puma RS-X y el lanzamiento de la nueva campaña RS-X "Revolutionaries" con Skepta como su nuevo embajador global, consultor creativo y diseñador.

sontress jeggings

naturalmente

Con el nuevo modelo de mallas Sontress Jeans Blue Cooper puedes seguir difrutando de tus leggins 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

D.Franklin acompaña a la Universidad de Alicante en el programa GENNERA

Apostar por conocimiento y emprendimiento es sinónimo de invertir en el futuro, la innovación y confianza de los más jóvenes.

Esto es lo que han debido pensar en D.Franklin, pues el pasado 25 de Octubre, la marca dio el pistoletazo de salida a la primera sesión de V Edición del programa GENNERA, promovido por el Centro de Empleo de la Universidad de Alicante y el Centro Científico Alicante.

D.Franklin, acompañará y guiará a los alumnos para que, con sus propuestas, consigan una solución enfocada a superar un reto estratégico propio de una firma que es nativa digital. Generar un núcleo común de combinación de soluciones innovadoras, orientar e integrar a cada uno de los alumnos y conducir sus ideas hacia una situación laboral real también forma parte del reto de la firma ilicitana.

Las ventas de Illice Brands Group (Grupo IBG) crecen un 20% respecto a 2021 y se acercan a los 30 millones

El balance cualitativo del grupo IBG ha sido muy positivos durante este último año. Y puede que siga creciendo. Este crecimiento se hace patente a raíz de un aumento del 35% en la contratación de personal respecto al pasado curso y un aumento de 3.000 metros cuadrados en su superficie llegando hasta los 14.000 metros cuadrados. Este progreso, además, vienen de la mano junto a la introducción de nuevos sistemas de gestión de recursos empresariales para mejorar la integración de procesos y nuevas tecnologías para cada una de las áreas de la compañía.

El grupo ilicitano de firmas de moda, calzado y accesorios consolida su evolución dentro del canal online y retail, siguiendo así el ciclo de frutos positivos de 2021. El grupo formado por la familia Esquitino y propietarios de las marcas Conguitos, Kalk, Mercredy, Break&Walk y D.Franklin, prevé cerrar 2022 con una facturación cercana a las 30 millones de euros, un 20% más que el año anterior.

Leonardo DiCaprio apoya la inversión de 4,5 millones de euros en la marca de deportivas sostenible Løci

La ronda de inversión, respaldada por el actor y ecologista Leonardo DiCaprio, busca tener un impacto positivo en la misión de LØCI de ofrecer calzado libre de maltrato, ético y sostenible para redefinir el sector del lujo ecológico. LØCI: zapatillas de lujo 100% veganas fabricadas con materiales reciclados, renovables y biodegradables.

La marca de moda británica LØCI se lanzó a mediados de 2021 con el objetivo de diseñar un producto ético y una experiencia ambiciosa para el cliente de hoy en día. El éxito de LØCI consiste tanto en causar un fuerte impacto medioambiental como en centrarse en los beneficios y la imagen de marca que ha anunciado una ronda de financiación de 4 millones de libras esterlinas para esta empresa de tan solo 15 meses de vida apoyada por una inversión del actor y ecologista Leonardo DiCaprio para impulsar la misión de LØCI de redefinir el sector.

El director general y autoproclamado outsider del sector, Emmanuel Eribo, afirma que “para la mayoría de las marcas de consumo de hoy en día el éxito se mide por las ventas y la popularidad. En LØCI, creemos que hay un tercer pilar que es tan importante como estos dos: el impacto. Cuanto mayor sea el impacto, más éxito tendremos. Hoy en día, es esencial que hagamos algo más que un producto fantástico. Estamos aquí para cambiar las cosas. Por eso siempre es importante que pensemos de forma diferente, que nademos a contracorriente”.

LØCI fabrica y adquiere todos sus productos en Europa, pagando un precio más alto por los materiales ecológicos certificados con los que trabaja. Cada par se fabrica con plástico oceánico reciclado certificado. Se centran en ciclos de producción mensuales en lugar de ciclos de producción estacionales para reducir los residuos y su impacto en el planeta, al tiempo que donan 10% de los beneficios online a organizaciones benéficas de conservación de la vida silvestre.

Ecoalf x Michelin x Cordura

Las botas Gredos y las zapatillas Abantos están fabricadas con materiales reciclados y de bajo impacto para un calzado unisex que se presta perfectamente al uso diario adaptándose a cualquier entorno, desde la ciudad hasta las rutas de senderismo, gracias al agarre, la versatilidad y la flexibilidad que destacan las colecciones de calzado de Ecoalf. En cuanto a la estética, Michelin se ha inspirado para el diseño de las suelas en las formas esculturales de sus neumáticos para automóviles MICHELIN Pilot Sport.

Ecoalf y Michelin han desarrollado conjuntamente una suela de zapato fabricada con el caucho “desperdiciado” en la producción de suelas convencionales. Ambos se propusieron alcanzar el mejor equilibrio entre la fabricación ecológica y un producto de alto rendimiento. El proceso de incorporación de caucho recuperado* reduce la cantidad de materias primas utilizadas, no produce residuos y mejora la eficiencia de la fabricación, no sólo reduciendo el número de pasos, sino también las emisiones de CO2 y el consumo de agua.

Los colores más otoñales de la mano de Carmela

Los zapatos de Carmela los encontramos en cualquier tipo de color, diseño y por supuesto con los mejores materiales: serraje y piel de alta calidad, suela de zapatos antideslizantes y accesorios decorativos. La colección O-I22 viene cargada de colores y tonos reconfortantes, colores neutros, aportando un equilibrio cromático y equilibrando los colores vivos que podemos ver en las calles esta temporada.

Cowboy, metallic & print animal: Martinelli Perfect Mix

Los botines cowboys se han convertido en el completo ‘hit de este invierno. Un botín moderno, versátil y perfecto para combinar con cualquier look, ya sean vestidos largos, minifaldas, vaqueros o incluso con traje.

Delsey tiene la maleta perfecta para ti

Con el transportín CHATELET AIR 2.0, ideal para mascotas, tu pequeño amigo dispondrá de amplias aberturas para viajar cómodamente, con diferentes posiciones de transporte, un cojín extraíble y lavable, y toda una zona de confort para conseguir más espacio para tu mascota.

Maison Kitsuné y Eastpak celebran la funcionalidad y el estilo sin concesiones

La polifacética marca de París y Tokio Maison Kitsuné y el icono del streetwear urbano Eastpak se han unido una vez más en una nueva colaboración para unir sus comunidades y presentar su sensibilidad de funcionalidad y elegancia con una nueva serie de atrevidos accesorios.

¡Vuelven los 2000! Hazte con el bolso Eve Bag de Moclan

Eve Bag es el bolso baguette confeccionado en vacceta de cuero vegano súper versátil y funcional de MOCLAN, tanto por el día como por la noche.

Belén Bajo presenta su nueva colección de Plata Wermeil

En las colecciones de Belén Bajo no hay dos piezas iguales; el color, las formas y la gemología viven en cada una de sus creaciones, a las que ella misma define como “pequeñas esculturas”.

Exhal, la marca de las gorras de invierno

Sus diseños de gorras para los meses fríos, combinan la gorra y el gorro de lana para conseguir gorras diferentes, únicas y cálidas, manteniendo la estética de las gorras clásicas baseball y snapback. Una combinación de materiales nunca vista hasta ahora, que consigue que podamos llevar gorra y a la vez estar abrigados.

Fossil nos lleva al pasado con las famosas pulseras “Slap” inspiradas en los 90

Fossil apuesta por la nostalgia, trayendo de vuelta la moda de los 90 con este divertido y super colorido reloj con un detalle especial… ¡Vuelve la correa Slap!

bisutex

Profesional

En coincidencia con:

intergift
madridjoya
MOMAD

Salón Internacional de la Bisutería y Complementos.

02-05 Feb

2023

Recinto Ferial
ifema.es

IFEMA MADRID

1001 BODAS superó los 10.700 visitantes en una edición clave para el impulso del sector de eventos y celebraciones

El Salón de Productos y Servicios para celebraciones, 1001 BODAS 2022, cerró sus puertas el pasado 30 de octubre en el Recinto Ferial de Madrid, con un rotundo éxito de asistencia y la satisfacción unánime de las empresas participantes, que han destacado la positiva experiencia y la oportunidad de esta edición para reanudar el contacto directo con el público en pleno contexto de reactivación de las bodas y de la ilusión por festejar todo tipo de eventos especiales.

El Salón, organizado por IFEMA MADRID, reunió la participación de 156 empresas y toda una amplia y variada oferta de tendencias en moda nupcial para novia, novio e invitados, novedades en viajes de Luna de Miel, coches de alquiler, belleza, joyería, invitaciones y papelería sostenible, fotografía y vídeo especializados en eventos, catering, flores, clases de baile, etc. Una amplia oferta que recibió la visita de 10.775 asistentes, lo que ha representado un incremento del 24,19%, respecto a su edición de 2021.

Y es que con solo una visita al Salón, los novios y asistentes tuvieron a su alcance todo un gran abanico de propuestas para elegir a su medida, en un espacio de fácil recorrido, en el pabellón 6 de IFEMA MADRID, donde también pudieron recibir información sobre los servicios y productos en promoción, participar en sorteos, asistir en directo a actuaciones musicales de grupos especializados en eventos, y todo un contenido experiencial con una amplia programación de talleres gratuitos para preparar una boda handmade, técnicas de packaging, dibujar letras, aprender el baile nupcial, organizar el seating, elegir la música del evento, el vestido de novia o el viaje de luna de miel, entre otras de las actividades de esta edición.

Otro de los platos fuertes de 1001 BODAS fueron los desfiles de moda nupcial, en los que se dieron a conocer las nuevas colecciones de firmas especializadas de la talla de Nicolás Montenegro, Félix Ramiro, María Salas, Deiver Luengo, Vertize Gala, Lucia Cano, Lily Torres Couture y Chaques.net, llenando la pasarela de innovadoras tendencias e ideas y registrando la completa ocupación de su aforo.

En redes sociales, 1001 Bodas ha alcanzado esta edición más de un millón de impactos. Los canales del Salón de Productos y Servicios para Celebraciones suman tras su celebración 30.1K followers. Esta comunidad disfrutó de una amplia retransmisión del evento en social media sobre los distintos talleres, desfiles, sorteos y novedades de los expositores; con cerca de 550 posts que lograron las 5.150 interacciones.

Rec.0 cerró el pasado 12 de noviembre su edición de invierno dejando un balance de asistencia como los de antes de la pandemia

El pasado sábado 12 de noviembre cerró las puertas la edición de invierno del Rec.0, el festival de pop-up stores del barrio del Rec de Igualada, que ha dejado unas cifras de asistencia similares a las previas a la pandemia. Tanto a nivel de público como a nivel de ventas, las marcas han registrado un muy buen balance global aunque el público se ha redistribuido de forma distinta; si bien en las pasadas ediciones el primer día del festival -el miércoles- era que el que registraba mejores cifras, en esta ocasión ha habido más asistencia el sábado, manteniendo la del jueves y viernes.

En total han sido un centenar de marcas, desde las más consolidadas de moda y deportes hasta diseñadores emergentes y alternativos, las que han llenado 52 curtidurías convertidas en tiendas de moda efímeras en el Rec.0 durante cuatro días.

Code 41 pone el broche a su última edición

La Fundación Tres Culturas ha echado el cierre a la edición número 18 de la Semana de la Moda de Andalucía, Code 41, registrando el aforo completo en todos los desfiles organizados del 7 al 9 de noviembre. Más de 40 firmas emergentes y consolidadas han mostrado sus colecciones y han marcado la hoja de ruta a seguir en el futuro del sector, destacando elementos diferenciales como trabajo artesanal, innovación, calidad, moda de autor, formación y estrategia empresarial.

Durante tres días se han desarrollado jornadas empresariales que han contado con la presencia de los diseñadores andaluces Álvaro Calafat, Cherry Massia, Reveligion y Joss Blake, y especialistas en la artesanía hecha en Andalucía como Salvador Puentes, Jefe de Servicio de promoción comercial y artesana de la Junta de Andalucía; Pedro Ramos, de Orfebrería Ramos y Jesús Rosado, de Bordados Jesús Rosado.

El pasado 9 de noviembre se celebró la nueva edición de Code 41 Talent, la plataforma para jóvenes diseñadores. El ganador ha sido Alberto Gandolfo, cuyo premio le ofrecerá la oportunidad de estar presente en el evento MOMAD.

Expo Riva Schuh & Gardabags reanuda sus tours tras la pandemia y deslumbra a los minoristas británicos

Expo Riva Schuh & Gardabags quería resaltar nuevas ideas para la industria del calzado del futuro, propuestas por empresas italianas innovadoras, y ofrecer una deliciosa oportunidad para relajarse: una degustación de vinos italianos que interpretaron de manera original la variedad de estilos de calzado y propuestas que los compradores británicos podrán descubrir durante la próxima edición de la feria, del 14 al 17 de enero de 2023.

Desde 2017, el tema de la internacionalización, rasgo distintivo y principal objetivo de Expo Riva Schuh & Gardabags, encuentra su máxima expresión en Around The World, el formato empresarial que, a través de citas nacionales e internacionales, pretende potenciar la identidad, impulsar el saber hacer del sector, fomentar las relaciones entre operadores y explorar el pasado, presente y futuro a través de millones de bolsos, zapatos y complementos.

Tras el parón impuesto por la pandemia, Expo Riva Schuh & Gardabags Around The World vuelve a viajar por el mundo y hacer oír su voz.

El 2 de noviembre de 2022, hizo escala en Londres con el evento “Degustación de vinos e ideas innovadoras para la industria del calzado” , para conocer a los minoristas del Reino Unido en un entorno inusual que pudiera inspirarlos, apoyarlos y entretenerlos.

Igedo Company cambia de nombre y se convierte en Igedo Exhibitions

IGEDO EXHIBITIONS

Fuentes de la organización de la feria de Düsseldorf Igedo Company informan que han cambiado su nombre. Desde el 1 Octubre, coincidiendo con el comienzo del nuevo año comercial, adoptará Igedo Exhibitions como denominación de empresa. La forma jurídica GmbH & Co. KG no se ve afectada. El socio general Komplementärin Kronen Verwaltungs GmbH se convierte en Igedo Verwaltung GmbH. El logotipo permanece sin cambios.

“Siempre me he molestado un poco el término “Company”, ya que esta adición nació de cierta necesidad en un momento concreto y poco imaginativa a mis ojos”, dice el socio gerente Philipp Kronen. Por lo tanto, “estoy muy contento de que finalmente podamos implementar el cambio hacia “Exhibitions”, ya que muestra lo que es nuestro Igedo hoy en día; es decir, un organizador moderno y contemporáneo de ferias comerciales con un claro énfasis en la moda, los zapatos y el estilo de vida”, precisa.

Desde 1999 se utiliza la forma abreviada “Igedo Company”. En 2006, el nombre de la empresa también se cambió oficialmente y se inscribió en el registro de empresas: “Igedo Internationale Modemesse Kronen GmbH & Co. KG” pasó a llamarse “Igedo Company GmbH & Co. KG”.

“Subrayamos nuestro desarrollo no solo por un enfoque cada vez mayor en Areal Böhler como uno de los lugares de desarrollo más dinámicos de Alemania y como ubicación de nuestras ferias comerciales, sino también por la reciente adquisición exitosa y el traslado de NEONYT del Main to the Rhine. En este sentido, ¡espero muchos años más emocionantes en y con Igedo Exhibitions!” añade la directora general Ulrike Kähler.

Denim Premiere Vision celebra su 15ª edición en Milán

Durante los últimos 15 años, la visión del denim ha alimentado, guiado e inspirado a la comunidad internacional del sector. Estas 30 temporadas de innovación e inspiración se celebrarán el 23 y 24 de noviembre en un evento que abarca negocios, diversión e inspiración.

Después de Alemania y una exitosa primera edición en Berlín en junio pasado, el espectáculo Denim-Expert continúa su gira europea en Italia, con su regreso a Superstudio Più en Milán. Durante dos días, este destino único e inspirador invitará a la comunidad internacional de mezclilla, y a la industria de la moda en general, a ampliar sus perspectivas comerciales y descubrir nuevas fuentes de creatividad.

Dirigido a todas las marcas de moda creativa que desarrollan colecciones de mezclilla (marcas de moda y lujo, jugadores de jeans puros, jugadores web), el programa presentará una oferta selectiva de más de 66 expositores, todos los líderes en la industria de mezclilla creativa global, de 14 países, incluidos Italia, Japón, España, Turquía, Marruecos, Bangladesh y Pakistán, para asociarse y apoyar el desarrollo y la creación de las colecciones de primavera de verano 24.

Además de la oferta expositiva, esta edición presentará:

Un nuevo programa de conversaciones de expositores y expertos con respecto a los desafíos de la industria: sostenibilidad, digitalización, producción, etc.

Seminarios de modas de mezclilla y abastecimiento digital en vivo: seminarios de moda realizados en línea y en el espectáculo del equipo de moda de visión Denim Première para ayudar a guiar a los creativos a diseñar y construir sus colecciones de mezclilla.

Nuevo: 3 foros decodificarán las tendencias de mezclilla de primavera verano 24 a través de telas seleccionadas, accesorios y productos terminados, acompañados de fotos y videos inmersivos.

www.edicionessibila.com

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: