

# PUNTO

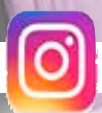
# MODA

NÚMERO 331 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · [essl@edicionessibila.com](mailto:essl@edicionessibila.com) · [www.edicionessibila.com](http://www.edicionessibila.com)

Ocho marcas se unen  
bajo la firma portuguesa  
**Kids MODAPORTUGAL**  
para luchar por un  
futuro más sostenible

La goma tara en la  
cosmética gallega como  
alternativa natural a los  
derivados del petróleo

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](http://texworldevolution-paris.com)





**Nuestra Portada:**  
CALZADOS GAIMO

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

**Redacción:**  
José Antonio Blanco - Elena Sisó

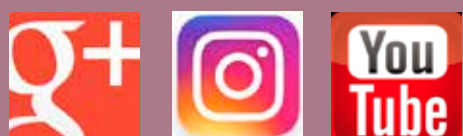
**Departamento Comercial:**  
essl@edicionessibila.com

**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.



## Alejandra Caro, nueva patrona de la Fundación Academia de la Moda Española (FAME)



Alejandra Caro, directora de marketing de Harrods, acaba de ser nombrada patrona de la Fundación Academia de la Moda Española (FAME). Implicada en el proyecto desde su creación, en esta nueva posición potenciará su internacionalización gracias a su visión estratégica y su dilatada experiencia en el sector.

“Es un privilegio poder incorporar a Alejandra Caro como patrona de la Fundación Academia de la Moda Española, con quien ya hemos colaborado en múltiples ocasiones. Su gran compromiso social y su extraordinaria trayectoria profesional siempre ha sido una fuente de inspiración para la fundación,

centrada, entre otros objetivos, en la creación de un ecosistema único, diferenciador y global para la moda española.

## Consumo lanza la campaña Presume de armario sostenible para concienciar del impacto de la moda en el medio ambiente



La campaña, que tiene como lema Presume de armario sostenible, está protagonizada por tres jóvenes que, aunque ya han asumido en su día a día prácticas como reciclar o ahorrar agua, no son conscientes del impacto medioambiental de la ropa que usan.

Para descubrirlo, se les invitó a participar en un experimento documental cuyo primer paso era grabar sus propios armarios. Días más tarde, los jóvenes acudieron a una nueva cita de la que no tenían información alguna. El objetivo era conseguir que sus reacciones fueran reales, tal y como aparecen en el spot de la campaña.

Gracias a ello, el espectador es participe de cómo los tres protagonistas descubren los efectos ambientales de la industria textil y deciden dar un paso adelante para erigirse en la generación más sostenible del momento, también en lo que a la ropa se refiere.

## El e-commerce resiste un año desafiante: el número de compradores online desciende sólo un 4,5%

El último pico del año de temporada alta en el comercio, marcada con la llegada del Black Friday, ha arrojado datos que denotan un decrecimiento con respecto al pasado 2021. Según cifras de la última encuesta realizada por la plataforma líder en soluciones logísticas Packlink, el número de usuarios españoles durante la semana del Black Friday ha disminuido un 4,58% con respecto al pasado año.

“A priori parece que el escenario socioeconómico no nos lleva a unas cifras halagüeñas para el e-commerce. Sin embargo, el sector se ha sabido mantener y, sobre todo, adaptarse a estos tiempos, consiguiendo cada reto que se le ha propuesto: desde luchar contra la inflación, hasta solventar la preocupación económica de los consumidores, proporcionándoles las herramientas necesarias para facilitarles cada una de sus compras”, señala Noelia Lázaro, directora de Marketing de Packlink.

## UPTA vaticina que se perderán más de 15.000 pequeños comercios en 2023

La tendencia desastrosa que se está repitiendo en las series de afiliación al RETA en los últimos años en el sector, y la aceleración que se ha producido este año 2022, llevan a que la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos (UPTA) tema una situación similar o peor en el 2023.

Eduardo Abad, presidente de UPTA, ha manifestado que “no podemos consentir que la distribución de bienes y productos de consumo caiga en manos de oligopolios, estamos condenando a miles de familias al cierre de sus negocios, por ello UPTA pedirá modificaciones urgentes en la normativa reguladora de la distribución. Esta situación es inadmisibles.”

## Tezenis abre en el centro comercial Príncipe Pío una nueva tienda de más de 240 m2



La firma de moda y ropa interior Tezenis entra a formar parte de la amplia y variada oferta comercial del Centro Comercial Príncipe Pío. En concreto, la marca aporta una visión más fresca e innovadora con las últimas tendencias para mujer, hombre y niños.

## Nia Correia en la apertura de la nueva tienda Deichmann de Gran Canaria



Deichmann Calzados, filial del grupo alemán Deichmann SE y primer minorista de calzado de Europa, puso el broche final a las tres aperturas del mes de diciembre en las Islas Canarias con la actuación de su embajadora nacional, Nia Correia, el pasado jueves, 15 de diciembre, en la nueva tienda del centro comercial 7 Palmas de Gran Canaria.

## La firma española de moda masculina Boston suma un segundo punto de venta en Zaragoza



La firma española de moda masculina Boston finaliza el año inaugurando un nuevo córner en El Corte Inglés ubicado en el Paseo de Sagasta de Zaragoza, lo que supone el segundo punto de venta de la marca en la capital, que se suma al ya existente en el shopping resort Puerto Venecia que abrió sus puertas el pasado mes de mayo.

En este espacio de 60 m2 de superficie, ubicado en la planta joven, se podrá encontrar una amplia variedad de prendas de estilo casual de la firma, además de una cuidada selección de trajes, camisas y complementos de vestir. Una colección donde predominan prendas muy funcionales, ideadas para adaptarse al ritmo del día a día y confeccionadas a partir de materias primas premium para lograr una durabilidad óptima.

Con esta apertura, son ya cinco los puntos de venta que la firma tiene en El Corte Inglés, y tiene previsto la apertura de nuevos espacios en la red del gigante nacional de la distribución en los próximos meses. Desde principios de año, Boston ha llevado a cabo un ambicioso plan de expansión, con la apertura de más de 17 nuevos puntos de venta físicos en las principales regiones del país, alcanzando un total de 35 establecimientos repartidos por toda la geografía española, así como el fortalecimiento de la marca y redefinición de su imagen, propuesta y oferta.

## Diagonal Mar amplía su oferta comercial con la incorporación de Megacalzado



La empresa líder en calzado multimarca para toda la familia, bajo sistema autoservicio, ha escogido el centro comercial de referencia de Barcelona para instalar un nuevo establecimiento de 504 m2.



# Riva del Garda <sup>ITALY</sup>

## 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](http://www.exporivaschuh.it)



#exporivaschuh #gardabags

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

Organized by



In cooperation with



## Descubre la nueva propuesta de Herno para esta primavera



Desde hace casi 70 años, Herno representa una de las excelencias de Made in Italy. Gracias a su constante evolución, desde las primeras gabardinas de los años 40 hasta su producción actual, esta marca se ha convertido en sinónimo de prendas de exterior urbanas en el ámbito de la moda internacional.

La propuesta de primavera 2023 para mujer de la firma italiana Herno llega cargada de color y textura.

En esta ocasión, las faldas y pantalones toman protagonismo en la colección, jugando un papel fundamental en todas las líneas de la misma.

## Pomandère SS23



Pomandère propone este SS23 una nueva colección en la que, una vez más, se unen conceptos aparentemente distantes, consiguiendo captar el punto de contacto y traducirlo en una profunda sinergia.

Su fuerte impacto evocador, en el que todo se rige por el estado de ánimo de la naturaleza, se traduce en una colección en la que, una vez más, se unen conceptos aparentemente distantes, consiguiendo captar el punto de contacto y traducirlo en una profunda sinergia.

## Ocho marcas se unen bajo la firma portuguesa Kids MODAPORTUGAL para luchar por un futuro más sostenible



La iniciativa Kids MODAPORTUGAL es una campaña de promoción internacional que subraya el dinamismo de las marcas de moda infantil portuguesas y su excelencia en un mercado global competitivo. Consciente de la relevancia de este subsector en la industria nacional portuguesa de la moda, este proyecto proviene del Centro de Inteligencia Textil (CENIT), en colaboración con ANIVEC – Asociación Nacional de las Industrias de Vestuario y Confección.

KIDS MODAPORTUGAL, está representado por un grupo de ocho marcas que han abrazado el reto de, junto a CENIT, presentar la diversidad de la oferta nacional portuguesa, al tiempo que ponen el foco sobre el dinamismo de todo un sector que incluye, aproximadamente, 60 marcas con una fuerte personalidad y reconocimiento internacional.

Bajo el paraguas de la sostenibilidad, estas ocho marcas (Baby Gi, Knot, Laranjinha, Play Up, Pureté, Snug, Wedoble y Wolf&Rita) visibilizan un movimiento que se preocupa por los impactos positivos que la moda puede tener sobre el medio ambiente, las personas y la economía.

'Together for the future' es el lema del lanzamiento de este proyecto con el que ocho marcas portuguesas se comprometen con un futuro más seguro y sostenible. Toda la comunicación gira en torno a la sostenibilidad, el futuro y la unión. Este escaparate digital del proyecto, así como el video de su campaña, se pueden ver en [www.kidsmodaportugal.pt](http://www.kidsmodaportugal.pt).

## FERRAGAMO presenta su colección Pre-Fall 2023



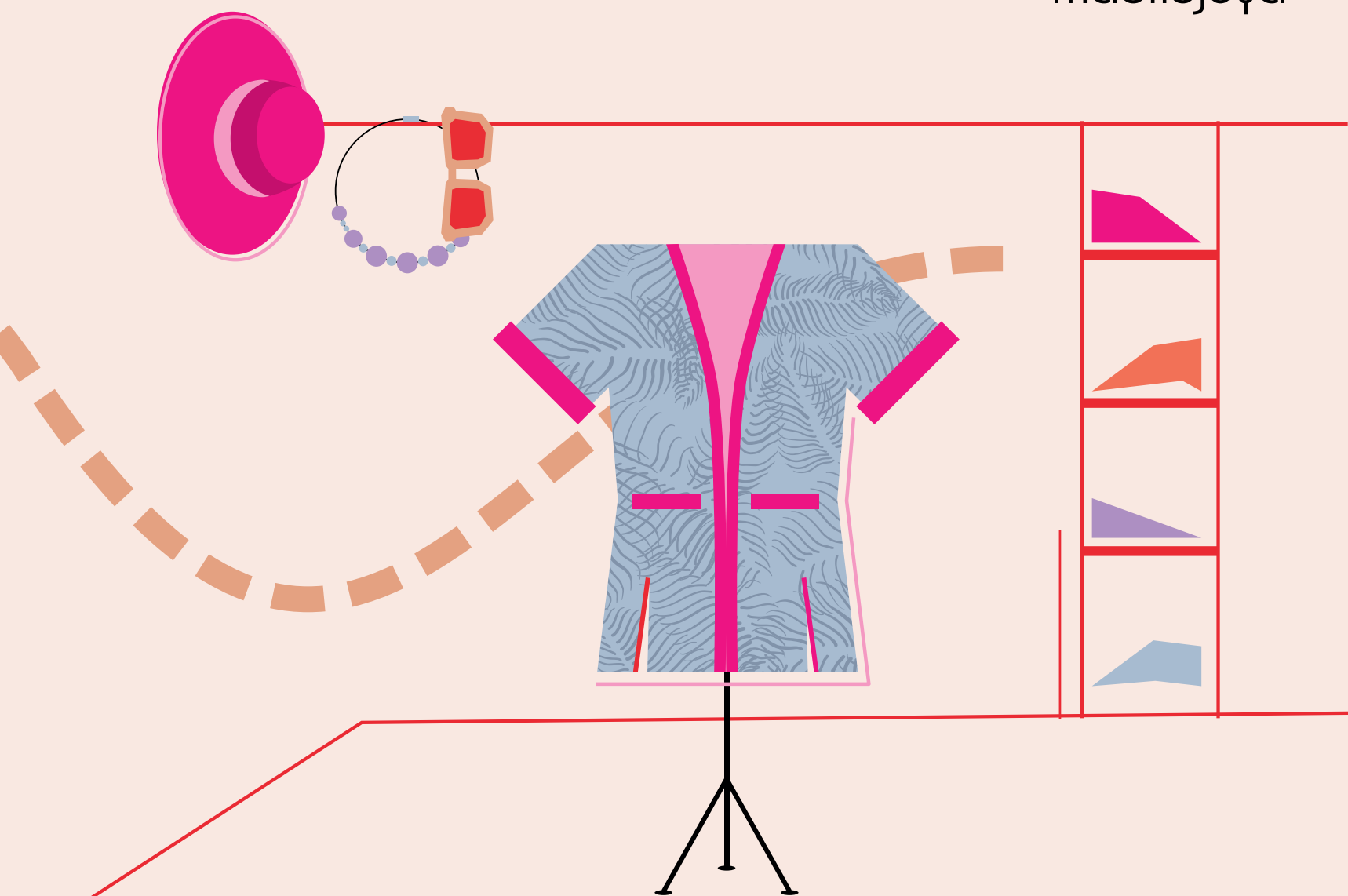
Mezclando el calor y la sensualidad con un espíritu fresco y angustiado, la colección explora y armoniza los contrastes entre la playa y la ropa de abrigo; entre los tejidos immaculados y los bordes crudos; entre el glamour histórico y la el glamour y el desenfadado cotidiano.

# MOMAD

Profesional

En coincidencia con

bisutex  
intergift  
madridjoya



Salón Internacional de Moda,  
Calzado y Accesorios.

**03-05** 2023  
**Feb**

Recinto Ferial  
ifema.es





## La goma tara en la cosmética gallega como alternativa natural a los derivados del petróleo



Es un ingrediente vegano que se obtiene de la semilla del árbol tara, biodegradable y con cualidades hidratantes y protectoras que contribuyen a prevenir el envejecimiento prematuro.

Ejemplos sobre su aplicación en el ámbito de la cosmética los tenemos en el contorno de ojos y el sérum facial de la marca gallega Maraiva Sentir Natural.

## Viva Magenta: ¿cómo combinar el color del año 2023 en materia de maquillaje?



Se trata de un color rojo a medio camino del rosa, un tono intenso y vigoroso inspirado en la naturaleza. “En una época caracterizada por la tecnología, deseamos inspirarnos en la naturaleza y en la realidad. Pantone 18-1750 Viva Magenta deriva de la familia de los rojos y se inspira en el rojo de la cochinilla. Se trata de uno de los más preciosos entre los colorantes naturales y entre los más intensos y brillantes del mundo entero”. Así lo explica Leatrice Eiseman, Executive Director en el Pantone Color Institute.

## NATCARE, la nueva marca española que apuesta por la calidad, la elegancia y la importancia del autocuidado



NATCARE tiene tres opciones de limpiadores: Amber, Pearl y Opal, que al ser dispositivos inteligentes aportan una experiencia personalizada al usuario.

**AMBER:** Cepillo limpiador facial. Es básico pero perfecto para cualquier tipo de piel. Mediante sus tres intensidades se puede potenciar la limpieza de la piel. Cuenta con la parte delantera, donde se aplica el limpiador facial para extenderlo por la cara y el cuello y la parte trasera, específica para la zona-T, recomendado principalmente para pieles grasas o mixtas.

**PEARL:** Limpiador facial de silicona térmica. Mediante las tres intensidades del limpiador facial Pearl se puede potenciar la limpieza de la piel. Su silicona Premium alcanza una temperatura de 42°, que permite abrir los poros y conseguir una limpieza profunda y pura.

**OPAL:** Limpiador facial y masajeador de ojos. El limpiador facial Opal está diseñado para todo tipo de pieles. Mediante sus tres intensidades se puede potenciar la limpieza de la piel y masajear la zona de los ojos consiguiendo una mirada más firme e intensa. La parte frontal tiene 2 modos para limpiar el rostro y cuello. La parte trasera, dispone de un modo que permite absorber mejor el contorno de ojos, bajando la hinchazón de las ojeras y consiguiendo un efecto buena cara.





# 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.





## Estas son las tendencias y predicciones de The Lycra Company para la calcetería del próximo otoño



The LYCRA Company, líder mundial en el desarrollo de soluciones innovadoras de fibra y tecnología para la industria de la confección, lanza su previsión de tendencias en medias y calcetería para el Otoño-Invierno de 2023/24. Esta temporada los diseñadores miran hacia el futuro inspirándose en la naturaleza y la artesanía tradicional, combinándolo con la ciencia y tecnología.

## Tendencia Dim: especial lencería floral para esta temporada



Sumérgete en un invierno lleno de calidez con los conjuntos de la nueva temporada de Dim, con estampados florales, de hojas y tul.

## Docor sigue apostando por el medio ambiente con su nueva línea ecológica 2023



Los tejidos ecológicos en la colección de baño para mujer son una parte fundamental en este cambio. No solo durante su cultivo y producción reducen la contaminación y el consumo de recursos naturales, sino que al final de su vida útil son biodegradables o fácilmente reciclables.

En cuanto a la colección de baño para hombre, los tipo bóxer o slip de tejido ecológico están disponibles en varios colores y permiten mayor comodidad, proporcionando un look más deportivo y elegante a la vez.





# STEPPING STRONG STAMP

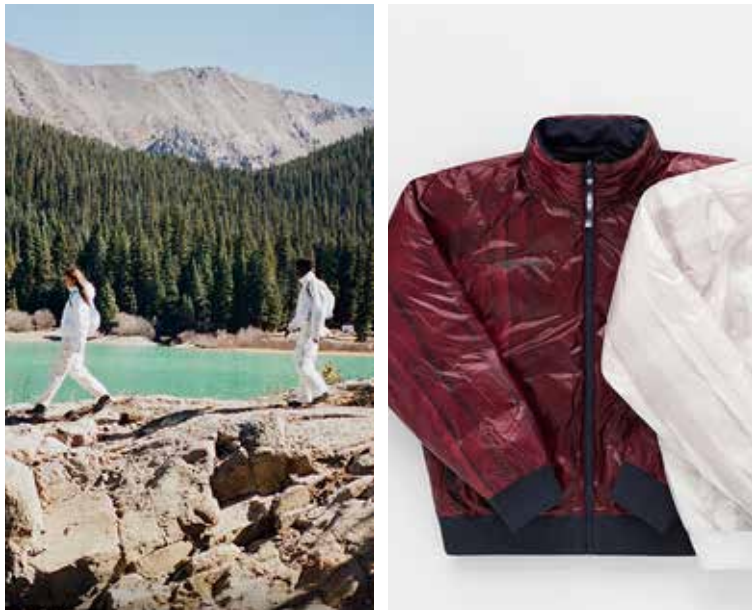


[WWW.MYSTAMPBAG.COM](http://WWW.MYSTAMPBAG.COM)

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



## Madhappy para Columbia Sportswear



La colección presenta una amplia variedad de estilos y siluetas de invierno que incorporan la innovadora tecnología de Columbia para exteriores.

En cuanto a la paleta, el equipo se inspira en los elementos naturales de la Tierra: los rojos, que representan la arcilla roja de la Tierra, los azules, que representan las masas de agua que nos rodean, y los blancos, que representan la nieve y las nubes del invierno profundo.

## Vans Skateboarding y Timberland presentan su primera colaboración



Los míticos botines Half Cab de Vans y las botas Euro Hiker de Timberland se han reinterpretado para crear un nuevo modelo que combina el calzado de skate con las botas de montaña.

Todos los nuevos productos, así como la nueva campaña asociada, giran alrededor de la búsqueda de consonancia y equilibrio.

La campaña ha sido fotografiada en una zona rural de Nebraska por el fotógrafo Cian Moore.

## Jimmy Choo presenta su Snow Capsule



Inspirada en el glamour, el dinamismo y las proporciones juguetonas de la ropa deportiva vintage, la campaña está protagonizada por la modelo Barbara Palvin, que muestra la cápsula con un telón de fondo inspirado en el esquí.

## Guess Activewear primavera-verano 2023



Llena de actitud segura y estilo natural, la mujer GUESS destaca con looks de lujo para todo el día que son a la vez femeninos y atléticos.



# 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](http://www.sontress.com)**





## La Colección 'Couture' de la firma Just Ene llega con diseños llenos de brillo y sofisticación



Recubiertos con lujosos cristales de Swarovski y aplicados uno a uno de manera artesanal, los zapatos de esta cápsula se convierten en auténticas joyas.

Diseños vibrantes, llamativos y brillantes que desprenden sofisticación en cada paso convirtiéndose en el reclamo de todas las miradas.

## Dr. Martens y A Cold Wall\* presentan el diálogo entre el utilitarismo y lo clásico con su nueva colaboración



Dr. Martens y A-COLD-WALL\* se enorgullecen de volver a conectar su pasión por elevar la ropa de trabajo que pasa desapercibida al infundirle influencias subculturales. Un testimonio de su herencia compartida y un diálogo entre el utilitarismo de A Cold Wall\* y las siluetas clásicas de Dr. Martens. Su nueva colaboración se centra en las líneas limpias, el rechazo a la corriente principal del sobrediseño.

## Los zapatos con pulsera de Steve Madden: el calzado más viral del invierno



Dua Lipa, Chiara Ferragni o Emily Ratajkowski son algunas de las celebrities que no han podido resistirse a una de las tendencias que más repercusión han tenido este año, los zapatos con pulsera.

## Estas botas de Xero Shoes te harán sentir tus pies descalzos en invierno



En lugar de recurrir a botas toscas que resultan restrictivas y rígidas, o a botas que te aprietan los dedos de los pies, piensa en las botas inspiradas en los pies descalzos de Xero Shoes. Sus botas están diseñadas con una puntera ancha y una suela mínima, lo que permite que tus pies se muevan, se doblen y se flexionen de forma natural.





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





**Emily en París tiene la primera tendencia importante para los próximos meses**



Hemos sido muchas, por no decir todas, las que hemos caído rendidas al personaje de Emily en París. Como resultado del éxito, la marca, decidió usar su experiencia para adentrarse en el mundo de los accesorios de lujo y diseñando bolsos que personifican la artesanía atemporal, manifestada en piezas únicas y extraordinarias que trascienden tendencias de moda efímeras y fugaces.

**Joyas Antiguas Sardinero: la tienda de joyas vintage donde las expertas y las influencers encuentran tesoros**



Las prescriptoras de moda del momento confían en las joyas vintage para deslumbrar con sus looks más especiales.

**Bottega Veneta anuncia el “Certificado de Artesanía”, un programa de garantía de por vida para sus bolsos**



Inspirada por un compromiso con los materiales excepcionales y la preservación de la artesanía sublime, Bottega Veneta anuncia un nuevo y único servicio: el Certificado de Artesanía.

**Golden Goose entra en Swarovski Creators Lab**



Swarovski Creators Lab se asocia con la lujosa marca de zapatillas y ropa Golden Goose para presentar una nueva gama que combina el estilo cristalizado con la tradición artesanal italiana.

**El bolso XL más ligero se llama Praga, de Mona Moon, y es Made in Spain**



Praga es un diseño de la firma de Almería MONA MOON. Un bolso de piel con 2 bolsillos exteriores cerrado con imán que cambia su forma en función de la posición de las correas.

**TOUS presenta su primera colección joyera para sneakers: Tous Steps**



TOUS STEPS es una edición especial, compuesta por pasadores, cadenas y colgantes, que estará disponible exclusivamente en la nueva concept store de calle Serrano en Madrid y en el canal online.

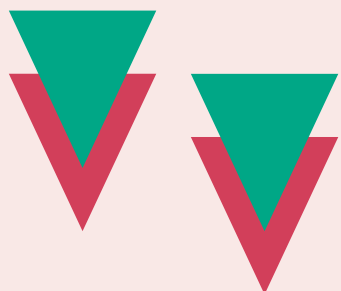


# bisutex

Profesional

En coincidencia con:

intergift  
madridjoya  
MOMAD



Salón Internacional de  
la Bisutería y Complementos.

**02-05**  
**Feb**

**2023**

Recinto Ferial  
[ifema.es](http://ifema.es)



**IFEMA**  
**MADRID**

## Bisutex y Madridjoya presentan sus novedades para la gran cita del lifestyle en IFEMA MADRID

La gran convocatoria del lifestyle, en la que se celebrarán las citas Bisutex y Madridjoya, tendrá lugar durante la primera semana de febrero. Será el escaparate perfecto de las nuevas tendencias en el que coexistirán diferentes marcas y empresas profesionales que contribuirán a la generación de nuevas sinergias y grandes oportunidades de negocio.

En este marco de referencia, coincidirán en IFEMA MADRID, además de las dos mencionadas citas, Intergift y MOMAD, para celebrar conjuntamente el mejor escaparate del lifestyle bajo el claim #sumandotendencias.

Como viene siendo habitual en las últimas ediciones, el alto nivel de producto y la calidad entre los expositores que estarán presentes en la feria, y que generan una relevante seña de identidad en Bisutex, sigue creciente gracias a la participación de relevantes empresas internacionales llegadas desde Francia y Grecia, entre otros países.

Bisutex y Madridjoya, se dan cita del 2 al 5 del mes de febrero. En coincidencia se celebrarán las ferias Intergift, del 1 al 5, con el sector Editores Textiles del 1 al 4 del mismo mes; y MOMAD, durante los días 3, 4 y 5. Generando, durante la primera semana del segundo mes del año, el espacio perfecto para los amantes profesionales del lifestyle en IFEMA MADRID.

## IGUALADAFIL prepara su tercera edición los días 31 de Enero y 1 de Febrero de 2023 tras el éxito de su segunda edición



Los días 31 de Enero y 1 de Febrero de 2023 tendrá lugar en Igualada la tercera edición del evento de Moda IGUALADAFIL que, en esta ocasión, presentará las novedades en hilatura para el verano 2024 con el objetivo de facilitar la selección de las materias primas que utilizarán las marcas de moda en sus nuevas colecciones.

La primera edición del evento tuvo lugar el pasado 2 de marzo de 2022 con la participación de un total de 20 hilaturas de prestigio que comercializan la mitad de todos los hilos consumidos por las marcas de Moda españolas que fabrican y comercializan prendas de género de punto. En su segunda edición, realizada los días 13 y 14 de Julio del 2022, participaron más de un centenar de profesionales procedentes de marcas de moda, principalmente catalanas. La valoración positiva de visitantes y expositores han animado a los promotores del certamen a organizar una tercera edición.

## Intergift pone en valor los sectores de la decoración y el regalo con las nuevas marcas Home&Deco y Gift



Intergift, la cita de referencia para la decoración, el mueble y el regalo presenta en la primera edición de 2023 dos nuevas marcas: Home&Deco y Gift, que, con espacios y pabellones personalizados, permitirán poner en valor tanto la oferta de empresas de decoración, como las enfocadas al sector del regalo. Igualmente, el sector de Editores Textiles contará con un área exclusiva en el que las marcas más destacadas presentarán sus colecciones y tendencias.

## MBFWMadrid, premiada con dos Luxury Awards por su estrategia en redes sociales



MBFWMadrid ha conseguido en su última edición batir récords de alcance en redes sociales, con 42 millones de impactos, el doble que en 2021; 275.000 interacciones, y un 58% de la conversación generada desde los canales sociales de la MBFWMadrid.

Un resultado conseguido tras la intensa campaña de comunicación que hay detrás de la organización de la pasarela más importante de España, y que ha merecido el reconocimiento de los Luxury Awards, por el trabajo realizado en los canales oficiales de la pasarela, gracias a la integración del plan social media en la estrategia global de comunicación de la pasarela más internacional de nuestro país.

En esta ocasión, Annie Bonnie, la agencia colaboradora para el plan estratégico de redes sociales, ha sido quien ha ejecutado en colaboración con el equipo de MBFWMadrid una planificación de contenidos que ha mejorado las expectativas puestas en esta colaboración.



## BKS+ FIMI duplica la asistencia internacional y se reafirma como un evento global con compradores de más de 40 países



BabyKid Spain + FIMI duplica en esta edición la asistencia internacional con más de 250 visitantes extranjeros, reafirmando como un evento global con compradores de

más de 40 países provenientes de los 5 continentes. Son invitados VIP que buscan las últimas tendencias y novedades de las nuevas colecciones en la que es la feria de referencia del sector, única por unir puericultura y moda.

## La Federación de Industrias Textiles y de la Confección de Aragón (FITCA) lanza la convocatoria del XVIII Certamen de Jóvenes Diseñadores de Moda

El Certamen está dirigido a estudiantes y diseñadores emergentes hasta 35 años, su periodicidad es anual y tiene como finalidad aunar el diseño y la creatividad con la industria de la MODA, valorando con ello la formación y el emprendimiento de los jóvenes.

La final entre los seis candidatos seleccionados se celebrará en una gran pasarela dentro de programación AFW23.

ModaEspaña colabora en el certamen, siendo uno de sus patrocinadores La Torre Outlet Zaragoza.

El ganador de la primera edición, entonces un jovencísimo Antonio Burillo (19 años), quien junto con Juan-Carlos Fernandez constituyeron, posteriormente, la firma THE 2ND SKIN CO., una firma especializada en la moda femenina de lujo.

Nacho Lapeña ganador de una de las últimas ediciones del Certamen, obtuvo el primer puesto del premio nacional de la moda para jóvenes diseñadores en el año 2021 representando a Aragón, recientemente acaba de lanzar su marca al mercado y en su continua evolución esperamos en breve que nos siga sorprendiendo.

FITCA es la entidad representativa de referencia que aglutina al sector textil-confección, moda y marroquinería aragonés en todos sus campos: desde la investigación, la formación, la creación y el diseño, pasando por la fabricación, distribución y la comercialización de productos como la vestimenta, la moda, el hogar y decoración, hasta los usos de carácter técnico.

## Texworld Evolution París confirma para su próxima edición la participación de 750 empresas de 20 países diferentes



Texworld Evolution está preparada para su próxima edición del 6 al 8 de febrero de 2023 confirmando la participación de 750 empresas de 20 países diferentes.

La oferta de fabricantes de tejidos se caracterizará por la presencia física de más de 200 empresas chinas, además de numerosos proveedores taiwaneses, también asistirá

Indonesia, en especial con la empresa Hakatex y sus tejidos hilados de alta calidad en lino, algodón, viscosa y rayón.

Tailandia exhibirá productos excepcionales, como los sublimes bordados y encajes de la empresa Mastex, y unas 50 empresas coreanas se reunirán bajo la égida de un pabellón organizado por la federación coreana de la industria textil (KOFOTI).

Más de 50 bordadores y tejedores indios ofrecerán productos hechos a mano, y el sector Texworld Elite dará la bienvenida por primera vez a la empresa GBTL con sus cortinas de alta calidad. Turquía traerá cerca de 110 empresas, la mayoría de las cuales se reunirán en el pabellón nacional apoyado por la Cámara de Comercio de Estambul (ITO).

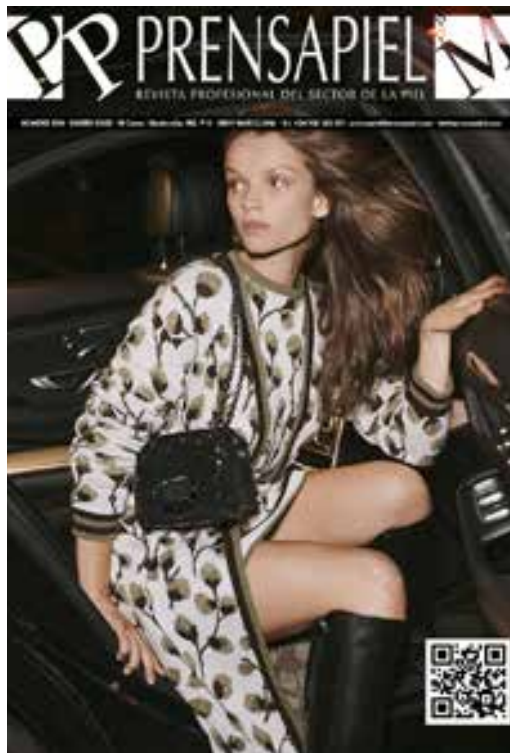
El Sector ELITE reunirá en un único espacio a todas las empresas de alto valor añadido que ofrecen servicios complementarios indispensables para marcas y diseñadores de moda.

## ILM EDITION #158 vuelve a la fecha anterior y tendrá lugar del 02 al 04 Septiembre de 2023



La Edición de ILM #158 cambia las fechas y vuelve a la fecha anterior. Así la segunda edición de ILM 2023 tendrá lugar del 2 al 4 de Septiembre de 2023.

Una vez más, ILM demuestra su gran flexibilidad, adaptándose a los deseos y requisitos de las marcas expositoras y de los visitantes que acuden a la feria.



## La mayor plataforma informativa de la MODA en España

### Diaria

Website: [www.edicionessibila.com](http://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](mailto:essl@edicionessibila.com)

### Media Kit

Solicita nuestras tarifas de publicidad enviando un mail a: [essl@edicionessibila.com](mailto:essl@edicionessibila.com)

Follow us:

