

PRENSAPIEL

NÚMERO 287 · MARZO 2023 · 18 Euros · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · prensapiel@prensapiel.com · www.prensapiel.com





ESPECIALISTAS EN ZAPATILLAS URBANAS



Foot on Mars
sneaker store



@FootOnMars

www.footonmars.com

Ximo Puig afirma que la fortaleza del sector del calzado permite esperar una “temporada récord” con exportaciones que superarán los 1.500 M. de euros

Destaca la “potencia enorme” de la industria valenciana del calzado, cuyas exportaciones alcanzaron en 2022 los 1.367 millones, un 17 % más que en 2021, superando las cifras anteriores a la pandemia.

El president de la Generalitat, Ximo Puig, ha afirmado que la fortaleza que está mostrando el sector del calzado permite prever que se alcance una “temporada récord” en la que las exportaciones de la Comunitat Valenciana superen los 1.500 millones de euros y las del conjunto estatal consigan también superar los 3.000 millones de euros.

El president de la Generalitat, Ximo Puig, visitó el Salón Internacional del Calzado de Milán (MICAM) acompañado del conseller de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, Rafa Climent, donde destacó además que el Consell trabajará junto al sector para eliminar trabas arancelarias y lograr “llegar en condiciones a los máximos lugares posibles”.

“La internacionalización ha sido el camino para la recuperación en las crisis económicas”, y supone la “gran apuesta” de la Generalitat, indicó el president, que ha abogado por seguir apoyando a la industria del calzado, en coordinación con el Gobierno central, para abrir nuevos mercados.

Ximo Puig plantea ofrecer formación a personas trabajadoras del sector del calzado durante una parte del periodo de inactividad laboral

Con motivo de su viaje a Milán, para apoyar a las empresas de la Comunidad Valenciana del sector del calzado que han expuesto sus novedades estos días en la 95ª edición de Micam, el president de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig, ha propuesto ofrecer formación a personas trabajadoras del sector del calzado durante una parte del periodo de inactividad laboral con el fin de reforzar la actualización de sus competencias profesionales y contribuir a que tengan la máxima preparación ante los retos que plantea la digitalización.

Así lo explicó Puig en Milán, en un balance de su visita al Salón Internacional del Calzado de Milán (MICAM), donde anunció que próximamente se celebrará una reunión entre sindicatos y empresariado para evaluar el contrato fijo discontinuo, una reivindicación “fundamental” para garantizar la estabilidad de este sector productivo.

El president señaló a este respecto que la Generalitat apoyará ante el Ministerio de Trabajo los avances que se puedan producir fruto del diálogo entre empresariado y sindicatos y, además dentro de su propio ámbito competencial, aportará recursos para impulsar acciones formativas específicas destinadas a trabajadores y trabajadoras del sector durante una parte del periodo en el que no exista actividad.

La Federación de Industrias del Calzado Español (FICE) impulsa el nuevo SCRAP del sector

El nuevo Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP) ha sido creado bajo la denominación de Asociación para la Gestión de Residuos del Calzado (GERESCAL).

La presidenta de la patronal española del calzado, Rosana Perán, ha informado de la creación del nuevo Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP) bajo la denominación de Asociación para la Gestión de Residuos del Calzado (GERESCAL).

“Estamos preparando su presentación oficial para el próximo 1 de marzo en Elche. El reciclado y reutilización de los componentes del calzado y sus residuos es mucho más complejo que el de otros productos y si queremos hacer bien las cosas, más allá de la exigencia de las nuevas normativas, por convicción propia, hemos de hacerlo desde dentro, con un amplio y profundo conocimiento de nuestros propios productos”, explica Perán.

De momento, esta nueva asociación cuenta ya con el apoyo de nueve empresas (Gioseppo, Mascaró, Mustang, Pablovski, Pikolinos, Pons Quintana, Unisa, Wonders y Zahonero), pero se prevé que se vayan uniendo muchas otras.



NUESTRA PORTADA:

Jimmy Choo

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.

Hoff inaugura boutique en La Roca Village

HOFF, la firma española de zapatillas deportivas, abre sus puertas en La Roca Village con una boutique que refleja el estilo y creatividad que caracteriza a la marca.



Las colecciones de HOFF presentan una selección de artículos inspirados en lugares icónicos y que desprenden una belleza inesperada, con diseños elegantes, coloridos y llenos de contrastes, convirtiéndose en un básico indispensable para nuestro armario.

Martinelli da un paso de gigante e inaugura su primera flagship en Madrid



La apertura en Velazquez 44, en pleno corazón del Barrio de Salamanca, es el primer gran hito de 2023 que comienza con los objetivos de reforzarse como marca líder de la elegancia.

Klépierre firma un acuerdo con Wanna Style en Plenilunio



Klépierre, propietaria de Plenilunio, ha firmado un acuerdo con Wanna Style para ampliar la red de tiendas de esta cadena multimarca deportiva.

UNOde50 reabre su tienda de Sevilla con nueva imagen

La nueva estética se caracteriza por materiales nobles, colores primarios, metales y el característico rojo de la marca, atributos presentes en las obras de arte de José Azulay.



El proyecto arquitectónico incluye materiales nobles como el mármol o la madera, colores primarios, metales y el característico rojo de UNOde50, presente en las obras de arte de José Azulay y en los escaparates de la firma Made in Spain.

UNOde50 cuenta con 49 puntos de venta propios en España y Portugal, y una red total de 130 en las principales ciudades del mundo.

Parfois incorpora una nueva Directora de Marca

Parfois anuncia una nueva incorporación para asumir la dirección del Departamento de Marca. Ana Domínguez-Hervella cuenta con más de 10 años de experiencia en retail y dirección artística. Durante los últimos 9 años ha formado parte del proyecto de Bimba Y Lola, como Executive Art Director y, más recientemente, como Brand Creative Director.

TOUS aterriza en Rambla Cataluña con su último concepto de tienda

El nuevo espacio está diseñado para fomentar la autonomía del cliente y ofrecer una nueva manera de interactuar con el producto.



En el marco de la creación de una experiencia única, la firma pone a disposición de sus clientes un servicio exclusivo de asesoramiento en el cuidado de las joyas y personalizaciones, de la mano de un artesano joyero.

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

Avanza el proyecto LEATECH para el lanzamiento del nuevo International Joint Master in Innovative Leather Technology

Del 18 al 20 de enero ha tenido lugar un encuentro con los partners e instituciones internacionales que integran LEATECH organizada por la Universitat de Lleida. Este proyecto tiene como objetivo principal preparar un Máster internacional, integrado, innovador y de alto nivel para el sector de la piel.



Enmarcado en el programa Erasmus Mundus, este nuevo máster internacional suma las fortalezas académicas de A3 Leather Innovation Center-UdL, quien lidera el proyecto, con ITECH (Francia), EGE University (Turquía) y CIATEC (México) para ofrecer un máster de piel de 120 créditos que calificará a los titulados para cargos de alto nivel en la industria global de la piel y su cadena de valor internacional. El Máster se impartirá en inglés a lo largo de los diferentes Institutos de Educación Superior y se centrará en la innovación, la circularidad y la sostenibilidad.

Las reuniones de trabajo de este encuentro del proyecto LEATECH han tenido lugar en la Adoberia Bella. Jordi Vidal, director ejecutivo del clúster, ha participado en representación de Leather Cluster Barcelona, partner colaborador del proyecto del nuevo máster, junto con otros agentes del sector de la piel como AcexPiel, la Asociación Española de la Industria de la Piel para el Comercio Exterior, y la Confederación de Asociaciones Nacionales de Curtidores de la Unión Europea, COTANCE.

Durante estas jornadas se trataron temas como el programa académico conjunto del Máster in Innovative Leather Technology, las acciones de cooperación puestas en marcha a través del proyecto, así como la estrategia de Marketing y Comunicación para la captación de estudiantes de todo el mundo.

En este último aspecto, los encuentros virtuales mensuales organizados por la Universitat de Lleida, en el marco del proyecto LEATECH, han estado cruciales a la hora de implicar a las universidades socias para conseguir el

máximo impacto a través de sus respectivos canales de comunicación en las acciones de captación de estudiantes desarrolladas.

Leather Cluster Barcelona apoya el nuevo International Joint Master in Innovative Leather Technology y hace un llamamiento a todos los agentes internacionales del sector de la piel a participar en el proyecto LEATECH.

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.

La Confederación de Asociaciones Nacionales de Curtidores y Aparadores de la Comunidad Europea (COTANCE) lamenta la pérdida de Ursula Mandenoff



Mandenoff fue la representante francesa de COTANCE desde el primer día en 1969 hasta el comienzo del nuevo milenio.

COTANCE ha informado del fallecimiento de Ursula Mandenoff, una persona clave en la Confederación de Asociaciones Nacionales de Curtidores de la Comunidad Europea (COTANCE) a lo largo de sus 44 años de historia en la industria del cuero.

Mandenoff fue la representante francesa de COTANCE desde el primer día en 1969 hasta el comienzo del nuevo milenio. Fue una ardiente defensora y una piedra angular de la integración económica de la industria europea del cuero. Las normas de funcionamiento que negoció con sus colegas europeos todavía se aplican hoy en día en los Estatutos de COTANCE.

Mandenoff disfrutó del respeto y la admiración de sus colegas por su talento, energía y determinación.



¿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.



Marroquinería

Un nuevo amanecer, la nueva campaña de Ferragamo SS23

La campaña publicitaria está fotografiada por Rafael Pavarotti.



Sobre un fondo dramático del rojo vibrante característico de Ferragamo, aparecen los nuevos códigos de la casa: facilidad elegante y claridad contemporánea; sensualidad realizada con precisión lineal. Los colores degradé del atardecer y los bolsos Wanda de alto brillo; las formas esculturales de los accesorios y el calzado sensual, incluido un bolso con detalles recortados y la sandalia Elina destacan con impacto gráfico.

Nuevo lenguaje del lujo de Ferragamo: claramente moderno, sofisticado y fetichistamente deseable.

Undercover X Eastpak

Hay equilibrio en el caos (y viceversa).



Undercover, ha entrado en colisión directa con Eastpak. El resultado es una atrevida colección de mochilas que se sitúa en la estrecha intersección entre la utilidad militar y la subcultura urbana y que captura el espíritu, la herencia y la perspectiva únicos de ambas marcas.

Guess lanza su nueva colección de accesorios satinados SS23

Desde los zapatos planos a los de tacón, de las prácticas mochilas a los diseños con mini asas, jugar con el color es el rey.



La primavera/verano 2023 marca el comienzo de la nueva colección GUESS Satin Accessories, con su tentadora gama de bolsos y zapatos versátiles en una jugosa paleta de colores que se ha diseñado específicamente pensando en "mezclar y combinar".

Longchamp presenta a Kim Se-Jeong como su nueva embajadora

La campaña se lanzará en toda Asia.



Muy conocida en su país de origen, Se-Jeong, de 26 años, ha logrado fama internacional por su papel protagonista en Business Proposal, la comedia romántica de SBS que ha sido uno de los programas de habla no inglesa más populares de Netflix en 2022.

Andiamo destaca dentro de la nueva campaña de Bottega Veneta para esta primavera

Esta nueva campaña corresponde a la colección Summer 23 de Matthieu Blazy, "El mundo dentro de una pequeña habitación" en diferentes lugares.



La campana de la colección SS23 es el retrato visual de un viaje donde la artesanía en movimiento y su silencioso poder son los protagonistas, recorriendo diferentes partes del mundo.

Colección Montblanc Sartorial

La colección ofrece infinitas posibilidades de personalización.

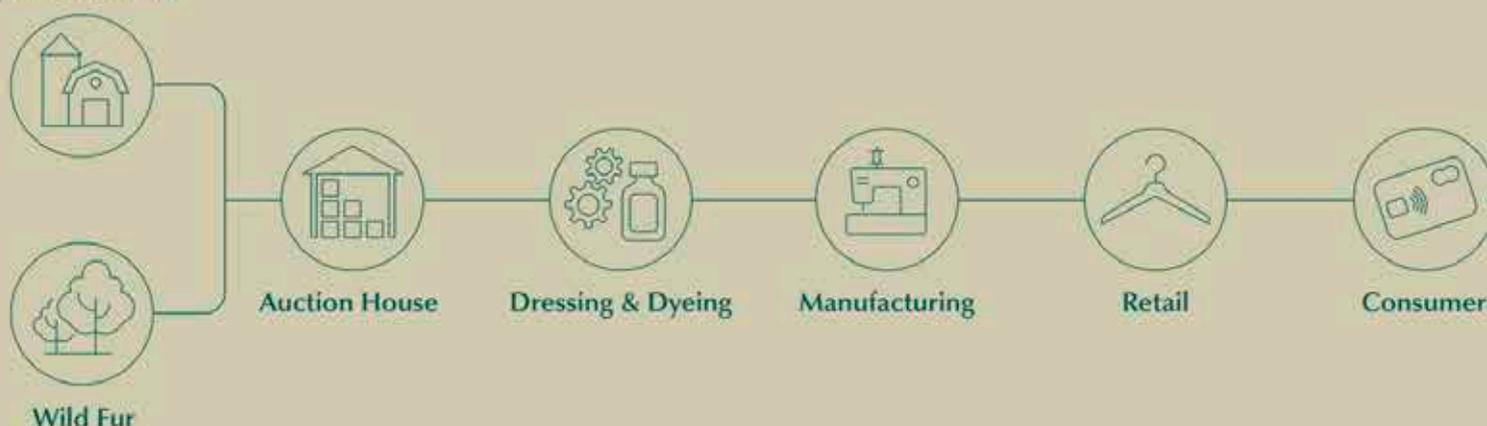


La colección Montblanc Sartorial está rediseñada con bolsos y accesorios más pequeños en piel más suave, con un marcado efecto en dos tonos y colores nuevos.

¿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



¿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

Snapchat y Cartier celebran la historia del icónico Tank Française a través de Realidad Aumentada

Cartier celebra la nueva versión del reloj Tank Française con un viaje a lo largo del tiempo a través de una Lente portal, un formato de Realidad Aumentada totalmente inmersivo que sumerge a los Snapchatters en el universo de la marca.



El Tank Française nos conecta con París, su libertad y creatividad a través de un espíritu vanguardista. Esta Lente nos traslada hasta 1917, en pleno centro de París, en el puente Alexandre III.

El fucsia es el color de la primavera (y Alexah lo sabe)

El fucsia y sus derivados se han convertido en auténtica tendencia en 2023



Los collares son la forma perfecta de hacer que tu look sobresalga y si son llamativos, mejor. Si no te atreves con el intenso fucsia, elige un rosa claro más romántico.

Ulysse Nardin presenta Diver X Skeleton White, un reloj de buceo incomparable

Una combinación perfecta de alta relojería técnica y reloj deportivo, el Diver X Skeleton ha hecho una entrada impresionante en la colección actual de la Manufactura Ulysse Nardin.



El Diver X Skeleton de Ulysse Nardin es toda una hazaña en sí mismo. Combina la fiabilidad técnica de un reloj deportivo capaz de soportar condiciones extremas con un motor relojero potente, preciso y sofisticado. Su arquitectura resalta su singularidad con absoluta firmeza luciendo una llamativa 'X'.

Swarovski anuncia una nueva colaboración con Dover Street Market Paris



Dover Street Market Paris Brand Development ayuda a nutrir algunos de los talentos más creativos de la moda. Establecido en 2019, el centro creativo se une a la galaxia Dover Street Market junto a las tiendas más innovadoras y notables del mundo, con ubicaciones notables en Londres, Tokio, Nueva York, Los Ángeles, Singapur y Pekín.

Con Charming Pop y Holiday Charms, el Charm Club de Thomas Sabo celebra la alegría de vivir

Colección primavera/verano de 2023.



En la colección primavera/verano de 2023, el Charm Club de Thomas Sabo celebra la pasión por los viajes con sus coloridos charms, y sus nuevos diseños de la Charming Collection irradian un aire retro lleno de vida.

Grenen Lille: la nueva colección de relojes por movimiento solar de Skagen

Funcionan con energía solar y están pensados para lucirlos en el día a día.



El movimiento solar japonés de 3 agujas permite cargar el reloj con luz natural o artificial. Además incluye una caja fabricada con al menos un 50% de acero inoxidable reciclado, apoyando el compromiso de la marca de conseguir que, para 2025, todos sus relojes tradicionales contengan materiales sostenibles.

Complementos

Majorica prevé superar este año una facturación de 22 millones de euros

La Compañía tiene las miras puestas en alcanzar los 50 millones de euros en 2025-2026.

Majorica anuncia sus objetivos para este 2023 que será clave para consolidar la nueva Majorica y su estrategia empresarial, así como para reinventarse y adaptarse a las nuevas necesidades de los consumidores.

Con más de 130 años de historia, la empresa perlera de Manacor tiene el objetivo de superar en 2023 la facturación de 22 millones de euros, volviendo a alcanzar las cifras de ventas de antes de la pandemia.

“La nueva Majorica está inmersa en una nueva ilusionante etapa, después de la crisis sufrida durante la pandemia y la entrada de la nueva propietaria Majolaperla”, señala Didier Grupposo, director general de Majorica. “Ahora estamos en una fase de despertar en la que estamos elevando a la nueva Majorica, garantizando su presente y futuro. Somos la primera compañía que inventó las perlas orgánicas. Cuando los consumidores piensen en perlas, deben pensar en Majorica”, añade.

Swarovski anuncia nuevo director financiero



Swarovski nombra a David Wielemans nuevo director financiero a partir de abril de 2023. David Wielemans también se convertirá en nuevo miembro del Comité Ejecutivo de Swarovski y reportará al director ejecutivo Alexis Nasard. El Sr. Wielemans trabajará en Männedorf, Suiza.

La joyería africana de Lamu Concept Store, en la Semana de la Moda de París

Siete hermosos sets de joyería de la colección AW23 de la marca Lamu cautivarán en París de la mano de Flying Solo, una organización neoyorquina de marcas exclusivas e independientes



Con dos años en el mundo de la moda, una tienda propia en Valencia, tienda online y varios puntos de venta en España, Lamu African Concept Store continúa imponiéndose con pasos firmes en la industria gracias a sus hermosas piezas hechas a mano por artesanos africanos. En esta ocasión, fue seleccionada entre cientos de solicitudes de marcas de todo el mundo para participar en la Semana de la Moda de París junto a Flying Solo

Stefané, la nueva colección de tocados y complementos de la firma Palmera D'Andrea



Stefané, es la nueva colección anual de tocados y complementos de la firma D'Andrea inspirada en la antigua Grecia.

Suot Studio presenta TWISTED BOOM

Nueva colección.



Tomando como inspiración referencias gráficas del pop art, aplicando en metales preciosos una desenfadada y brillante reinterpretación del sonido provocado por el choque de dos piedras preciosas SUOT STUDIO presenta Twisted Boom.

Brown&Blonde crea piezas atemporales y minimalistas para la mujer moderna

Las colecciones únicas, exclusivas, sencillas y especiales se elaboran de manera artesanal en pequeños talleres joyeros tradicionales.



Amante de las joyas desde que era niña, Irene, abogada de profesión, se lanza a esta aventura a finales de 2022 buscando crear una firma de joyas que responda a las necesidades de la mujer moderna que busca piezas atemporales, sofisticadas y accesibles.

Las joyas de Brown&Blonde están diseñadas para la mujer moderna y minimalista, buscando la atemporalidad y manteniendo un estilo elegante en todos sus diseños.

Avecal y Dividae firman un acuerdo para facilitar a las empresas la reclamación de facturas impagadas

Avecal y Dividae han firmado un convenio de colaboración para acercar y facilitar a las empresas asociadas la prestación de servicios orientados al ámbito judicial y extrajudicial en relación con la reclamación de cantidades en facturas no abonadas. Las empresas asociadas a la patronal del calzado podrán beneficiarse de este acuerdo a la hora de gestionar posibles impagos que tengan con sus clientes.



El acto de la firma ha contado con la asistencia de la presidenta de Avecal, Marián Cano y el representante de Dividae, Rafael Tarazaga. Gracias a este acuerdo, las empresas asociadas podrán reclamar facturas pendientes de pago a través de esta plataforma digital. Este acuerdo tendrá una validez de un año, que podrá ser prorrogable en periodos iguales cuando exista conformidad por ambas partes.

Dentro del convenio alcanzado se incluye además el posible desarrollo de jornadas informativas para preparar a las empresas del sector del calzado sobre los procedimientos legales a los que actualmente pueden recurrir para reclamar cantidades de facturas, que no han sido abonadas por sus clientes.

Velar por la liquidez de las empresas del sector

La presidenta de Avecal, Marián Cano, ha incidido en que a través de este acuerdo “nuestras empresas podrán tener acceso de forma ágil y directa a un servicio especializado y profesionalizado, que les permitirá gestionar problemas de impago de facturas con algún cliente”.

“Siempre es importante que la empresa tenga liquidez para evitar tensiones en su tesorería, y aún lo es más teniendo en cuenta que venimos de unos años de pandemia que han sido complicados para el consumo del calzado”, ha recordado Cano.

Por otro lado, Rafael Tarazaga ha reseñado que “con Dividae hacemos accesible a todas las empresas con facturas pendientes de cobro, una solución 100% digital, sencilla y económica. “En España tenemos un tejido empresarial de PYMES muy amplio, que necesita este tipo de servicios”, ha concluido.

Ofreciendo a la PYME una experiencia de usuario que es netamente digital, a través de un servicio web en el que el mismo empresario o el gestor que le presta el servicio entra a Dividae, crea su cuenta, sube sus facturas impagadas y su cuenta de Dividae le va informando en todo momento y en tiempo real del estado de su reclamación.

Avecal y la Dirección General de Formación Profesional se reúnen para adaptar e impulsar los ciclos formativos de calzado

El encuentro tuvo lugar el pasado día 17 de febrero en la sede de la patronal del calzado y contó con la presencia del coordinador de prospección en FP en Alicante de la Dirección General de Formación Profesional de la Conselleria de Educación, José Muñoz; la responsable de Recursos Humanos y Formación de Avecal, Mari Ángeles López; el prospector de FP del área del Baix Vinalopó, José Manuel Company y la prospectora de FP del área del Mitjà Vinalopó, M^a Pilar Ferrándiz.

Por un lado, el sector del calzado necesita cubrir puestos de empleo específicos para los que es difícil encontrar en la actualidad relevo generacional, y por otro lado, los centros educativos tienen problemas a la hora de lograr que el alumnado se sienta atraído por esta industria para desarrollar su carrera profesional en ella.

Se debe trabajar, tal y como ha recordado el coordinador de la FP en Alicante, José Muñoz, en “adaptar los ciclos a lo que necesitan las empresas del sector e implicar a las empresas en la formación del alumnado”. Asimismo, también se debe potenciar la formación del profesorado a través de colaboraciones. La reunión ha servido de base para calendarizar las acciones que se pretenden acometer a lo largo de 2023 y 2024 y conseguir una FP a medida en el sector del calzado.

Durante la sesión mantenida se planificaron proyectos de flexibilización, proyectos de formación dual, certificados profesionales, así como ofertas parciales, haciendo uso de las herramientas que proporciona la FP para concretar qué actuaciones se pueden llevar a cabo en los ciclos formativos que se imparten en el IES La Torreta de Elda, el IES Nit de l'Albà en Elche y el IES Sixto Marco.

La responsable del área de Formación de Avecal, Mari Ángeles López, incidió en “la importante labor que venimos desarrollando, junto a la administración y los centros educativos desde hace meses, para configurar una formación profesional que responda a la demanda real de las empresas del sector del calzado y se mejore así la empleabilidad en esta industria”.

Avecal, AEC, CCOO y UGT acuerdan el periodo vacacional para el sector del calzado 2023

El encuentro se ha firmado este mes de febrero en la sede de la patronal del calzado y ha contado con la asistencia de la presidenta de Avecal, Marián Cano; el director general de AEC, Álvaro Sánchez; el representante de CCOO, Miguel Ángel Cerdá Galvañ, y el representante de UGT, Francisco Soler Navarro.

En el acuerdo se estipula que el periodo de inicio de las vacaciones en las empresas de calzado de Elche y el valle de Elda se iniciará el próximo 1 de agosto y concluirá el 31 de agosto. Con este pacto se trata de conseguir que el disfrute de las vacaciones se lleve a cabo con la mayor uniformidad posible por parte de las empresas y trabajadores en el sector.

Las empresas que por necesidades de producción, tesorería o servicio de pedidos no puedan realizar los 30 días naturales consecutivos podrán, de mutuo acuerdo con los trabajadores, reducir el tiempo de disfrute de 30 días seguidos. En este caso, los días que se dejen de vacar serán sustituidos por otros de igual naturaleza en otras fechas a lo largo del año, como la época navideña o el aprovechamiento de puentes.

Por otro lado, en las empresas de Villena el periodo vacacional se estructurará del 17 de al 30 de julio, y del 4 al 10 de septiembre. El resto de días pendientes podrán ser acordados entre las empresas y sus trabajadores.

En relación con el pago de las vacaciones, el documento establece que se abonarán 30 días del salario marcado por el convenio y 30 días en función del promedio de incentivos de cada empleado. Los incentivos se calcularán con el promedio obtenido por cada trabajador en las últimas trece semanas trabajadas.

El documento recoge igualmente que si hay empresas que no pueden ajustar el periodo vacacional a las fechas establecidas en el convenio y no existe acuerdo con los trabajadores, las empresas deberán someterse a las nuevas propuestas que plantee la Comisión de Mediación para intentar solucionarlo. El plazo para presentar nuevas propuestas a dicha comisión finalizará el 12 de marzo de 2023.



STEPPING STRONG STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM

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

Bar Refaeli, nueva imagen de Xti

La top model internacional se estrena como embajadora de la marca española de calzado.



Con este nuevo fichaje, la super modelo Israelí pasa a formar del elenco de celebridades y modelos de fama mundial que vienen representando a la firma. Irina Shayk, Alessandra Ambrosio o Sara Sampaio fueron durante años las estrellas absolutas de sus campañas, ahora es el turno de la top model Bar Refaeli.

Gaimo tiene las espadrilles que amarás este verano

También conocidas como espadrilles, las alpargatas de esparto son toda una tendencia año tras año y es que son perfectas para llevar tanto en primavera como en verano



Cada temporada existen unos patrones que se repiten a la hora de vestirse. Prendas, estampados y tejidos que son todo un fondo de armario y que las chicas clásicas no dejan de ponerse año tras año. De las rayas marineras a las prendas de lino pasando, cómo no, por las alpargatas de esparto.

Las espadrilles son un diseño que pervive en el armario temporada tras temporada, un término francés que refiere a las clásicas alpargatas hoy en día más internacionales que nunca debido a su aparición en películas, series y a los pies de los personajes más reconocidos a nivel mundial.

Combate el frío con las botas militares más buscadas de Refresh



Su diseño se ha reinventado temporada tras temporada y cada invierno se convierten en el calzado más usado.

MIM desvela su colección con un primer desfile inspirado en una película de terror



“No queríamos hacer un desfile al uso, queríamos ser transgresores e impactar con algo realmente nuevo y que representara nuestros ideales”, afirma Sofía Vega-Penichet, cofundadora y CEO de la marca. “El desfile se ha llevado a cabo en un viejo puente de piedra diseñado por Juan de Herrera.

Diseño y sostenibilidad van de la mano en la colección de Duo

La colección vegana de Duo más sostenible hasta la fecha llega esta primavera a todo color



Esta temporada la firma con sede en Barcelona, apuesta por combinaciones de color, tonos pastel, nuevas texturas y suelas con plataforma. Como novedad, presenta un nuevo modelo de calzado producido 100% en España, los zuecos Domo.



Day/Night Serum Ampollas

Ampollas concentradas de Day Serum y de Night Serum

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



www.colmarinecosmetics.com

Skechers ficha a Nuria Roca

La presentadora aparecerá en las campañas de Skechers Women como la primera embajadora local de la marca en España.



Como primera embajadora local de Skechers en España, la presentadora de televisión y radio, actriz, escritora e influencer de redes sociales aparecerá en las próximas campañas multiplataforma de las colecciones de calzado deportivo y casual de Skechers para mujer.

Pikolinos: estas son las botas montañeras más versátiles del invierno



Los modelos Vigo y Aspe de Pikolinos justifican al cien por cien todas las cualidades que hacen destacar a la marca y tienen un estilo inspirado en la montaña.

Calzados Pitillos presenta su nueva colección en Micam

La marca presentó su nueva colección otoño/invierno 23-24.



Para el otoño/invierno 23-24 la paleta de color se centra en los tonos suaves con gamas de beige y cremas, más habituales en las colecciones estivales. Este giro aporta un estilo fresco y pinceladas de tendencia a una temporada habitualmente marcada por los tonos oscuros.

Jimmy Choo presenta su cápsula Ramadán 2023

Para celebrar el Ramadán 2023, la marca ha creado una colección cápsula especial compuesta por cuatro diseños exclusivos de zapatos y bolsos.

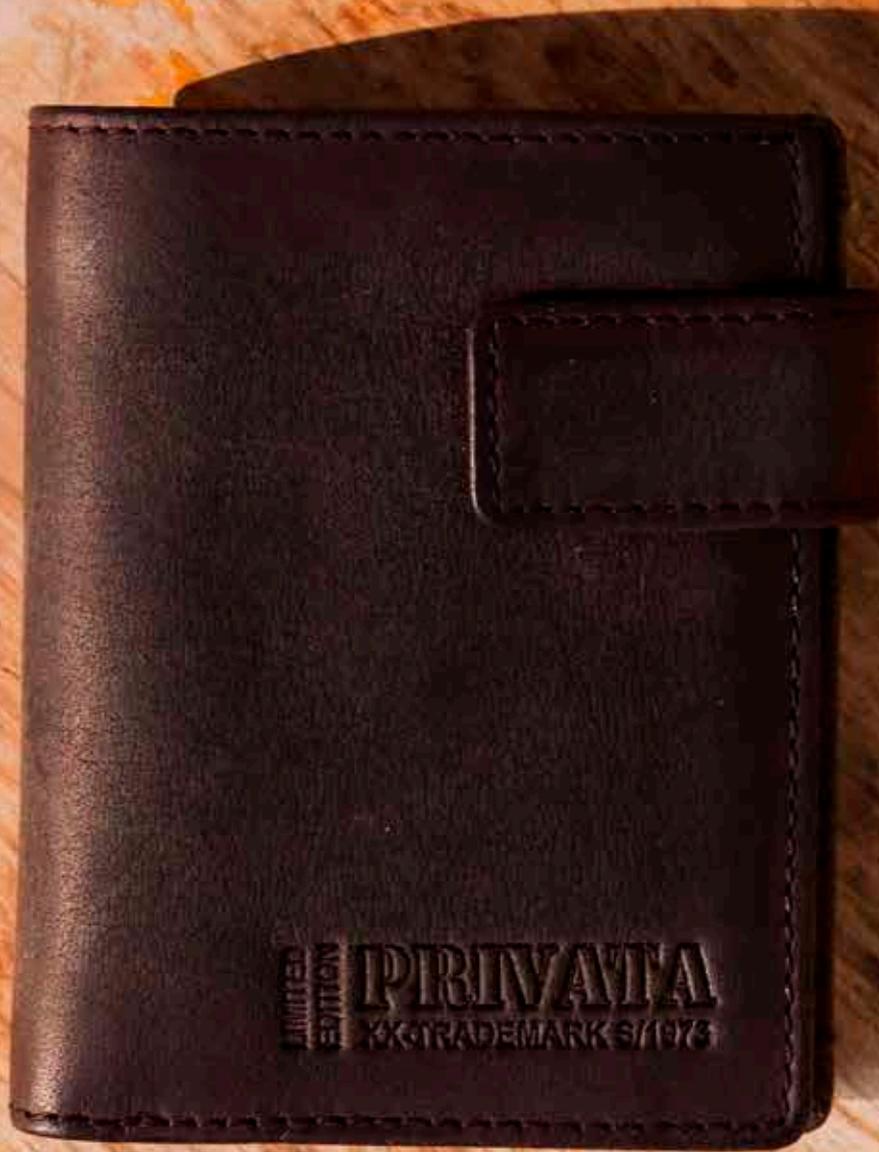


Con un toque contemporáneo en un estilo atemporal, el zapato LOVE, una seña de identidad de Jimmy Choo, Está exquisitamente elaborado en malla y acabado con cristales degradé. Disponible en tonos festivos que van del champán al lavanda y el azul oscuro.

Ximo Puig visita la empresa Panter en Callosa de Segura



Durante la visita, Puig, que ha estado acompañado por la directora ejecutiva de la compañía, Rocio Pajares, ha podido conocer el funcionamiento de la compañía, que cuenta con varios reconocimientos como el Sello Conmemorativo a la Igualdad, por su labor en impulsar la igualdad, y el Premio a la Mejor Empresa Innovadora 2022.



www.privata.com



Intergift, Bisutex, Madridjoya y MOMAD cierran la semana del lifestyle con más de 36.000 visitantes, un 12% más que la edición anterior

La gran convocatoria multisectorial concluye con un crecimiento medio del 12% de visitantes profesionales y un balance satisfactorio del conjunto de estos sectores, tras cinco días de actividad ferial que han congregado a más de 1.000 marcas expositoras.

Intergift, Bisutex, Madridjoya y MOMAD han concluido su gran cita del lifestyle organizada por IFEMA Madrid con un balance muy positivo que marca la senda de la recuperación como ha puesto de manifiesto el crecimiento medio con respecto a septiembre 2022 del 12% en visitantes profesionales, y del 24% si se compara con la última edición de febrero, con la llegada de más de 36.000 visitantes de 89 países. Una convocatoria que ha generado una importante actividad comercial y multitud de sinergias y oportunidades de negocio.

Esta nueva cita, ha estado marcada por la internacionalización como uno de sus puntos fuertes, sin olvidar el posicionamiento del made in Spain. En total, han sido más de 1.000 marcas expositores de 26 países las que han estado presentes en las cuatro ferias celebradas en el Recinto Ferial de IFEMA Madrid, con una destacada participación de firmas españolas que han puesto de manifiesto su relevancia en este sector del estilo de vida.

En palabras de la directora de estos cuatro certámenes, Julia González; “el balance de estas ferias demuestra, una vez más, su importancia como plataformas de negocio y de promoción. A lo largo de ocho pabellones los profesionales han podido nutrirse de las últimas tendencias y novedades para las próximas campañas. Seguimos apostando por el formato de convocatoria conjunta, ya que tiene un gran valor poder acceder a la globalidad de la oferta y a la calidad del producto que ofrecemos en estos cuatro salones, con lo que marcamos la diferencia”.

Todo ello, ha estado acompañado por un completo programa de ponencias, que se han ofrecido en distintas localizaciones como el Speaker's Corner de Intergift y el Foro Imagen de Bisutex, Madridjoya y MOMAD, en el que han participado un total de 60 ponentes de altísimo nivel para abordar los retos de futuro: tendencias, gestión, circularidad, regulaciones, y la situación actual de este sector.

Así mismo, la Pasarela de MOMAD ha sido el escenario donde han desfilado 30 marcas expositoras presentando sus colecciones y las tendencias para las próximas temporadas.



Lo último en decoración y soluciones para el interiorismo en Intergift

Como novedad, los profesionales del mundo de la decoración y el interiorismo han encontrado en Intergift una nueva distribución de la oferta, a través de la nueva sectorización de la feria. Así, más 360 empresas y marcas tanto nacionales como internacionales procedentes de 13 países, han presentado sus últimas novedades y tendencias en mueble y alta decoración en el sector Home&Deco, así como a todas las ideas en regalo, gadgets y souvenirs en el sector Gift. Intergift ha cerrado sus puertas con un crecimiento respecto a septiembre 2022 del 18% visitantes profesionales procedentes de 61 países, y del 30% si se compara con la última edición de febrero.

Junto a esas áreas, Editores Textiles ha mostrado, una edición más, la cara más exclusiva del interiorismo, con más de 140 firmas, de gran prestigio internacional, especializadas en diseño textil, papeles pintados y revestimientos que han presentado sus propuestas a prescriptores, arquitectos e interioristas.

Bisutex, tendencias para la próxima temporada

El Salón Internacional de la Bisutería y los Complementos, ha reunido más de 300 firmas nacionales e internacionales, con una gran variedad de colecciones, en las que el color y la puesta escena han sido los protagonistas, junto a la calidad y el diseño, que han definido los espacios Archi, y la originalidad del producto presentado en los Minis.

Bisutex ha registrado un incremento de casi el 10% en el número de visitantes profesionales respecto a la edición de septiembre 2022.

Madridjoya; lujo y diseño

Por su parte, en el Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia, se han presentado las propuestas más novedosas para la campaña de Primavera-Verano y los eventos de los próximos meses, con la participación de más de 130 marcas y empresas expositoras. Junto a la oferta de joyería, platería y relojería, el segmento cash&carry ha tenido una especial acogida gracias a la gran variedad de producto presentado.

MOMAD, el escenario perfecto para conocer nuevos estilos

Más de 300 marcas de moda, calzado y accesorios han presentado, del viernes al domingo, sus colecciones para primavera-verano 23 y otoño-invierno 23-24, donde los visitantes pudieron descubrir una gran oferta de estilos de moda diferenciados en los sectores de Contemporáneo, Casual, Resortwear, Evento y Sustainable Experience.

El plano internacional ha tenido especial peso en esta convocatoria con la participación de empresas extranjeras procedentes de 14 países y el incremento del 55% de visitantes compradores internacionales de 59 países sobre la última edición celebrada.

IFEMA Madrid ya está trabajando para la próxima convocatoria de Intergift, Bisutex, Madridjoya y MOMAD, que se celebrará del 13 al 17 del próximo mes de septiembre, volviendo a unir a todos estos sectores en la gran semana del lifestyle en IFEMA MADRID.

Micam cierra una nueva edición con buen sabor de boca y al son del calzado español

El centenar de empresas españolas han sido de los stands más visitados y sus productos, entre los que más expectación han despertado entre los visitantes internacionales.



Calidad, tecnología, sostenibilidad, diseño, seriedad... y una buena relación calidad-precio. Estos son los valores que han hecho triunfar a nuestras empresas en esta última edición de Micam.

Volvemos a casa con satisfacción y un feedback positivo. Y pedidos. Que no solo de éxito viven nuestras empresas.

España, la que más empresas y marcas aporta a Micam, solo por detrás de Italia

En esta edición, han participado 100 empresas españolas como expositoras, en representación de 125 marcas. La participación española ha sido la mayor del salón, después de la italiana (537 empresas), de un total de 988 presentes en la actual edición.

A falta de datos finales de cierre, los organizadores del evento sacaban pecho y aseguraban que se había registrado un incremento de las cifras de asistencia de visitantes respecto a la edición anterior. Algo que era palpable en los pasillos... y en los stands.

Visitantes europeos, pero también de muchas otras procedencias internacionales. Destacar quizá que los asiáticos, a pesar de que haberlos los ha habido, no ha sido sin embargo en la cantidad esperada a pesar del fin de las restricciones para viajar.

La presidenta de la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE), Rosa Perán, en declaraciones a edicionessibila.com el primer día del evento, señalaba que "las empresas españolas han acudido a esta edición de Micam con grandes expectativas".

Unas expectativas que se han visto cumplidas. La mayoría de nuestros stands ha mantenido un dinamismo comercial y una afluencia de visitantes interesados en nuestros productos de forma constante. Al igual que otras ferias, las mañanas arrancaban tranquilas durante las primeras horas, para convertirse en un hervidero durante las horas centrales para acabar languideciendo a partir de las cinco de la tarde, lentamente.

Cifras récord en exportaciones de calzado

Las empresas y marcas españolas consultadas por edicionessibila.com se han mostrado contentas, positivas, y satisfechas, porque recogían los frutos del trabajo realizado en los últimos años.

También por los pasillos, se vió claramente la influencia del certamen entre los compradores españoles, ávidos de tendencias, de novedades... pero en producto se decantaron por el nacional.

Consolidando la recuperación de la industria de la moda: el cierre exitoso de MICAM, Mipel, TheOneMilano y Homi Fashion&Jewels



MICAM Milano, MIPEL, TheOneMilano y HOMI Fashion&Jewels, las ferias de moda y complementos que clausuraron el pasado 22 de febrero en Fiera Milano (Rho), han sido todo un éxito. Los acontecimientos han interceptado el repunte de la demanda entre los compradores italianos y, sobre todo, internacionales, lo que demuestra la consolidación de la recuperación en las industrias que representan.

Un total de más de 1.800 expositores se dieron cita con 48.276 visitantes profesionales, un 25% más que en la edición anterior. Los compradores internacionales respondieron particularmente bien: aproximadamente la mitad de todos los compradores procedían de fuera de Italia.

Las naciones europeas con mejor desempeño fueron Alemania, Francia, Reino Unido, Grecia y España, aunque también se registraron excelentes resultados de países tan lejanos como Corea del Sur, Japón y Kazajstán. La importancia central de las ferias fue confirmada por la presencia de representantes gubernamentales como los ministros Daniela Santanché y Matteo Salvini, el viceministro Valentino Valentini, los subsecretarios Lucia Albano y Paola Frassinetti y los numerosos representantes de

instituciones locales que han visitado las cuatro ferias durante los últimos días para disfrutar de una visión privilegiada de la dinámica de la industria de la moda.

Paralelamente a las ferias, numerosos debates muy populares abordaron temas de gran importancia para la industria, como la sostenibilidad, la innovación y las tendencias. El importante papel de la educación y la formación fue el foco del evento titulado "Formación, orientación, certificación de competencias: Confindustria Moda, Rete TAM y Unioncamere para el crecimiento del talento". Como parte de un programa más amplio centrado en la educación puesto en marcha por las asociaciones comerciales miembros de Confindustria Moda, el evento se centró en el reconocimiento de competencias, formación y experiencia laboral para los estudiantes. MICAM Milano, Mipel, TheOneMilano y Homi Fashion&Jewels destacan por su capacidad para llevar al recinto ferial lo mejor del "Made in Italy" junto con cumbres de excelencia internacional. Se dedicó mucho espacio a los jóvenes que vinieron de todo el mundo para presentar su trabajo en proyectos ad hoc: una nueva generación de diseñadores demostrando su talento, trazando un camino de innovación, creatividad y tecnología que marcará el futuro de los sectores exhibido en los cuatro eventos. Ahora que esta edición ha terminado, la planificación ya está en marcha para la próxima: MICAM Milano, Mipel y TheOneMilano se llevarán a cabo del 17 al 20 de septiembre de 2023, mientras que HOMI Fashion&Jewels está programada del 15 al 18 de septiembre de 2023, todos juntos en Fiera Milano. (Ro).

La 3ª IFCO – Istanbul Fashion Connection recibe la visita de 22.543 profesionales de 134 países

Balance: 22.543 visitantes de 134 países; 45 % de visitantes internacionales, en su mayoría de Asia (33 %), Oriente Medio (33 %), Europa (19 %) y África (13 %); 55% visitantes nacionales.



La exitosa tercera edición de IFCO Istanbul Fashion Connection se llevó a cabo del 8 al 11 de febrero de 2023. En la IFCO más grande hasta la fecha, 588 expositores en un total de 9 pabellones en el Istanbul Expo Centre se reunieron con 22.543 profesionales, de ellos, más de 10.000 visitantes internacionales procedentes de 134 países, como Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Alemania, Malasia, México, Nigeria, Panamá, Arabia Saudita, Sudáfrica, Corea del Sur, Tailandia, Reino Unido, Emiratos Árabes Unidos. Así, el 45% de los visitantes procedieron de 134 países y el 55% de los visitantes eran nacionales. El mayor grupo de visitantes extranjeros provino de Asia (33%), Medio Oriente (33 %), Europa (19 %) y África (13 %).

Mustafa Paşahan, vicepresidente de İHKİB, se ha referido a los “terremotos devastadores que golpearon el sur de Türkiye el 6 de febrero de 2023 y han afectado a 13,5 millones de personas. Según el Centro de Coordinación de Desastres de Salud de Türkiye (SAKOM) han muerto más de 42.000 personas y lamentablemente el número de muertos va en aumento. La Asamblea de Exportadores de Türkiye (TIM) y las Asociaciones de Exportadores iniciaron una ayuda inmediata campaña en coordinación con la Presidencia oficial de Manejo de Desastres y Emergencias de Türkiye para ayudar a las víctimas.

Ante esta situación, señala Mustafa Paşahan, “ha sido muy difícil organizar una exposición en medio de esta situación. Sin embargo, cuanto más fuertes seamos económicamente, más rápido podremos sanar las heridas de este terremoto.”

A pesar de las importantes interrupciones en los horarios de los vuelos, más de 2.600 compradores VIP internacionales invitados pudieron visitar la feria el primer día. A pesar de las circunstancias, la feria se caracterizó por una animada actividad empresarial, informan fuentes de la organización del evento.

En la nueva área de diseño de alta calidad The CORE İSTANBUL, diseñadores de renombre internacional de la Semana de la Moda de Estambul presentaron sus diseños emocionantes y creativos.

El sector textil y de la confección de Turquía exportó un total de \$ 31,2 mil millones en 2022, lo que representa el 12,4% de las exportaciones totales de Turquía. Además, ambos sectores representan el 17% de la producción industrial total y emplean a más de 1,2 millones de personas. Con una participación del 6,7% del PIB total, la producción total de la industria textil y de la confección en 2022 asciende a \$79 mil millones.

La industria de la confección turca es la rama líder de la industria en el sector manufacturero y la rama con mayor empleo en la economía turca. Con un volumen de exportación de más de \$ 21 mil millones, la industria textil turca es el sexto país exportador más grande del mundo.

En el mediano plazo, se apunta a un volumen de exportación de \$40 mil millones.

Turquía ya es el tercer mayor proveedor del mercado de la confección en la Unión Europea.

Turquía complementa su oferta como proveedor completo para el negocio de la moda internacional con Texhibition Istanbul, que ofrece toda la gama de tejidos, accesorios e hilados como complemento de IFCO. La exposición también se llevará a cabo en el Istanbul Expo Center del 8 al 10 de marzo de 2023.

La próxima edición de IFCO está prevista del 9 al 11 de agosto de 2023.

SHOES DÜSSELDORF avanzará las novedades de 500 marcas de calzado y accesorios para el próximo otoño-invierno 23/24

La próxima edición se celebrará del 5 al 7 de marzo de 2023.



SHOES DÜSSELDORF vuelve a reunir a toda la comunidad de profesionales del sector del calzado y la moda. Con una oferta de 300 expositores y 500 marcas, la próxima edición abrirá sus puertas del 5 al 7 de marzo de 2023, exhibiendo las novedades de calzado y accesorios para Otoño/Invierno 2023/24 en el Areal Böhler.

La tercera convocatoria de la feria KM0 Moda tendrá lugar del 3 al 4 de octubre

La cita para profesionales de la producción de proximidad organizada por ASECOM, junto con la CAM y la colaboración de Fedecon, la Agrupación del Género de Punto (AEGP), Modacc, Fitex y Confederación ModaEspaña, volverá a ocupar las salas del Palacio de Santoña de Madrid.

Esta nueva edición de la Feria Kilómetro 0 Moda volverá a reunir a talleres de confección, géneros de punto, estampación, patronaje, corte, acabados, complementos textiles, etc., así como a 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.

En su pasada edición, el evento puso en contacto a 30 expositores con más de 200 visitantes profesionales.

Ferias

Texworld Evolution Paris roza los 8.000 visitantes de 115 países

La cifra de visitantes “un signo de la reanudación de los negocios entre las industrias de la moda europeas y los principales países de abastecimiento”.



Después de tres años de crisis, los pasillos de Texworld Paris y Apparel Sourcing Paris finalmente han vuelto a un nivel de asistencia y actividad comparable a las grandes ediciones de Texworld Evolution Paris. Casi 8.000 compradores profesionales, casi tres veces más que en febrero de 2022, vinieron a conocer a los 750 expositores agrupados en el Salón 4 del Centro de Exposiciones Paris – Le Bourget. Este aumento significativo demuestra la capacidad de Texworld Evolution Paris para responder a la reapertura de los flujos de negocios con los principales países de abastecimiento textil.

Esta edición, que fue muy internacional, se destacó por el regreso de los expositores chinos. Después de una ausencia de 3 años, casi 450 empresas, tejedores y fabricantes de prendas de vestir, vinieron a conocer a compradores internacionales y especialmente europeos. En general, fue una edición que reflejó la tan esperada reapertura al mundo con el regreso de los fabricantes indios, indonesios, pero también coreanos o bangladesíes. Los fabricantes turcos, con 122 empresas presentes este año, incluidas 94 agrupadas bajo el pabellón nacional dirigido por la Cámara de Comercio de Estambul (ITO), también fueron prominentes.

La expansión de la oferta también se reflejó en la estructura de la base de visitantes, que era muy internacional: la proporción de visitantes extranjeros alcanzó el 85 %, en comparación con el 65 % hace un año.

Texworld Evolution Paris ha decidido trasladar todas sus ediciones de verano a los intramuros de París: del 3 al 5 de julio, Apparel Sourcing Paris, Avantex Paris y Texworld Paris, así como la oferta de Leatherworld, se celebrarán en 45 000 m2 en el pabellón 1 del Centro de Exposiciones de Paris. Se esperan casi 1.300 expositores, con una mayor participación de fabricantes chinos, indios, turcos, coreanos, vietnamitas, ghanés y etíopes.

ILM Edition #157 cierra con un balance positivo y avanza sus próximas fechas

La próxima edición de ILM, la 158, tendrá lugar del 2 al 4 de septiembre de 2023.



ILM EDITION #157 exhibió una amplia oferta de bolsos, maletas, pequeña marroquinería, complementos y artículos escolares para el otoño-invierno 2023-2024, del 4 al 8 de febrero en Offenbach.

El director general de Messe Offenbach, Arnd Hinrich Kappe, ha reconocido que el número de visitantes está todavía “por debajo de las cifras anteriores al Covid”, pero ha señalado que, en esta edición, se ha registrado un 40% más de profesionales que en la última ILM. Y destaca que los compradores internacionales han aumentado un 36%, destacando los procedentes de Austria, Suiza, Benelux, Reino Unido y Escandinavia, pero también de Canadá, Estados Unidos, América del Sur y Asia.

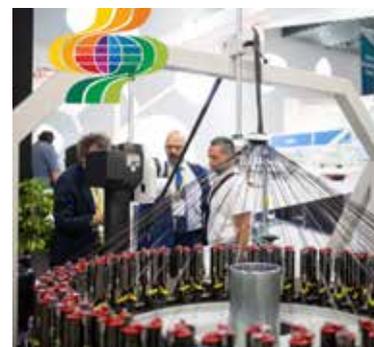
Según los expositores, el salón estuvo “animado” en todo momento. A pesar de la dificultad de las condiciones económicas y políticas actuales, han señalado, “los precios no han sido un problema” y las negociaciones se han centrado “en los productos y las novedades”.

“Los visitantes han acudido a la feria a hacer pedidos”, asegura Arnd Hinrich Kappe, y en esta línea, “ILM se ha confirmado como una plataforma fiable, cumpliendo sus propósitos”.

Esta oferta comercial se vió complementada también con un interesante programa de conferencias, presentaciones, seminarios y mesas redondas dirigidas tanto a expositores como a visitantes.

Texfor informa que ya está abierta la convocatoria de ayudas para participar en la feria ITMA 2023 en Milán

ITMA vuelve los días 8 y 14 de junio de 2023, en Milán. En esta ocasión, el certamen se llevará a cabo en el recinto Fiera Milano RHO.



De acuerdo con el calendario establecido por ICEX, Texfor – Confederación de la Industria Textil ha abierto el período de solicitud de ayudas para participar en esta feria.

Información sobre la feria

Nombre: ITMA

Lugar de celebración: Fiera Milano RHO

Número de expositores última edición: más de 1.600

Número de visitantes última edición: más de 123.000 visitantes

Fecha de celebración: 8-14 junio 2023

Coste Stand: mínimo de m2 a solicitar: 15 m2 a 235 €/m2

Se negociará con una empresa de transportes las mejores condiciones para efectuar el transporte agrupado de la participación española en ITMA 2023.

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:

