

PUNTO

MODA

NÚMERO 335 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

**Ester Cerdán, CEO y
co-fundadora de
Laura Bernal
premiada en la gala
Top 100 Mujeres Líderes**

**Oysho se convierte en
‘title partner’
y sponsor técnico
de la liga femenina
Queens League Oysho**

ENCUENTRANOS EN



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





Nuestra Portada:
Docor SS23

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

Redacción:
José Antonio Blanco - Elena Sisó

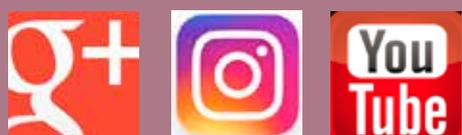
Departamento Comercial:
essl@edicionessibila.com

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.



A pesar de que el consumo todavía se mantiene por debajo de cifras pre-pandemia, Modacc y Kantar constatan una recuperación progresiva del consumo de moda

El estudio elaborado por KANTAR a petición de MODACC monitoriza trimestralmente el consumo de productos de moda a partir del seguimiento de consumo semanal de 10.000 personas mayores de 15 años de toda la Península y Baleares, e incluye todos los canales de compra. Para el Clúster Catalán de la Moda, disponer de datos de consumo fiables y ponerlos a disposición de las empresas asociadas es clave para poder tomar decisiones estratégicas para planificar las próximas temporadas.

Según el estudio, durante el último trimestre del año, las ventas han experimentado una reducción del -1,6% respecto al mismo trimestre del año anterior debido al bajón en la confianza del consumidor, que empieza a percibir los efectos de una inflación elevada.

Aunque durante el año 2022 el consumo total de moda ha logrado aumentar los niveles de facturación un 7,7% en valor (€), las cifras del volumen de compra se han mantenido estables, lo que demuestra que se ha producido un incremento de los precios motivado por los costes de materias primas, energéticos y de transporte que ha tenido que asumir la industria durante los últimos meses y que, finalmente, se han acabado trasladando a los precios de los productos.

La categoría que se ha mostrado más dinámica durante el año 2022 ha sido la ropa de baño, mientras que los exteriores de mujer y niño se han mantenido en valores similares a los registrados en 2021. Ha sido la categoría de ropa interior, la que menos había sufrido durante la pandemia, la que en el último trimestre ha sufrido un bajón tanto en valor como en volumen.

A pesar de esta progresiva recuperación, muchas de las marcas de moda asociadas a MODACC han valorado positivamente el año, ya que, a pesar de las dificultades del entorno económico, han percibido una recuperación del interés por parte del consumidor hacia los productos de moda.

UPTA reclama al ministerio el regreso de los periodos de rebajas

UPTA, en la Conferencia Sectorial de Comercio que se celebrará la próxima semana en el ministerio que dirige Reyes Maroto, exige a las comunidades autónomas que se acuerde la implantación de los periodos de rebajas que estaban en vigor antes de su desaparición en el año 2012. La actual situación está llevando a la ruina a miles de pequeños comercios de nuestro país, señalan fuentes de la Unión de Profesionales y Trabajadores Autónomos UPTA. Según esta organización, en los últimos 10 años han cerrado sus comercios 30.763 autónomos.

Ante esta situación, UPTA considera indispensable que se impongan, de una vez por todas, medidas contundentes que palien la situación de este sector de actividad.

EURATEX presenta RegioGreenTex, la nueva iniciativa europea para apoyar a las pymes en la transformación de los residuos textiles

El pasado 21 de febrero, 43 socios del proyecto RegioGreenTex se reunieron en Bruselas para iniciar un proyecto de tres años que debería cambiar la forma en que gestionamos el reciclaje textil.

Regions for Green Textiles, conocida como RegioGreenTex, es una iniciativa que tiene como objetivo mapear y reducir las dificultades que existen actualmente en la implementación de un modelo de economía circular dentro del ecosistema textil en toda la UE.

RegioGreenTex apoyará soluciones tangibles a nivel de PYME, donde los residuos textiles se convierten en un valor. El proyecto contribuirá a mantener y desarrollar puestos de trabajo en el sector textil de la UE, reubicando la producción en Europa y haciendo que la cadena de valor textil de la UE sea más competitiva y resiliente. Contribuirá a los objetivos del Acuerdo Verde de la UE de reducir la huella de carbono, la energía y el consumo de agua.

Dirigido por EURATEX, el proyecto reúne a 43 socios de 11 regiones europeas, con 24 pymes pioneras en soluciones innovadoras para reciclar residuos textiles. En conjunto, las PYME cubren varios segmentos de la cadena de valor de los textiles circulares (clasificación, reciclaje de material a fibra, eliminación de contaminantes, procesamiento de fibras recicladas a nuevos materiales textiles) y proporcionan soluciones concretas a los cuellos de botella de la cadena de valor de la UE, pero también aprovecha las oportunidades del mercado. El proyecto también promoverá el desarrollo de 5 ReHubs regionales en algunas de las regiones textiles más importantes de la UE.

RegioGreenTex cuenta con el apoyo de la Comisión Europea a través del Instrumento Interregional de Inversiones en Innovación - I3, y será coordinado por el Consejo Europeo de Innovación y la Agencia Ejecutiva de PYME (EISMEA).

Inditex abre Lefties Digital Store Portal Barcelona



Lefties estrena su nuevo concepto de tienda en el corazón de la ciudad condal, en el emblemático edificio diseñado en el siglo XIX por el arquitecto Josep Domènech en Portal de L'Àngel 20-22, en plena arteria comercial barcelonesa.

La nueva Lefties Digital Store Portal, abre sus puertas al público el próximo viernes, 3 de marzo, después de más de ocho meses de obras que han rehabilitado por completo el interior y el exterior del edificio.

Diagonal Mar estrena el año con NEW YORKER



Diagonal Mar ha sido el lugar escogido por NEW YORKER para realizar su última apertura en la Ciudad Condal y presentar las colecciones de hombre y mujer más novedosas de la temporada y los modelos más actuales de las marcas propias de la firma; FSNB, FB SISTER, SMOG, AMISU y CENSORED, así como una amplia selección de ACCESSOIRES.

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 y reúne una amplia gama de sneakers y prendas ideales para el día a día.

Tous ubica su último concepto de tienda en Rambla Cataluña



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

La tienda también cuenta con un asesoramiento en el cuidado de las joyas y personalizaciones, TOUS Craft & Care, de la mano de un artesano joyero que estará a disposición de los clientes TOUS.

UNOde50 reabre su tienda de Sevilla con nueva imagen



El nuevo concepto de imagen de UNOde50 llega a la tienda de Sevilla, situada en la calle Sierpes, 56.

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

KIABI apuesta por Benicarló con su formato de franquicia



Este mes en nuestro país, Kiabi inaugura la primera tienda del año en Benicarló, siendo ésta la tercera en franquicia, lo que viene a consolidar este modelo como una apuesta sólida y de éxito que la marca puso en marcha hace tan solo un año. Esta nueva tienda, la segunda en la región de Castellón, contará con una superficie de venta de más de 1.100 m2 y tendrá disponibles las colecciones para toda la familia.



ESPECIALISTAS EN
ZAPATILLAS URBANAS



Foot on Mars
 sneaker store



@FootOnMars

www.footonmars.com

Tommy Hilfiger presenta su nueva campaña Classics Reborn



Tommy Hilfiger presenta la campaña Classics Reborn Primavera-Verano 2023 donde un grupo de creativos emergentes viste la nueva colección de la marca, que reinventa los clásicos de estilo preppy.

La campaña refleja el espíritu de la Tommy Factory que, formado por artistas del mundo de la moda, la música y el entretenimiento, también definieron la pasada colección de TOMMY HILFIGER. Entre los talentos que destacan esta temporada se encuentra el icono de estilo Georgia May Jagger, la estudiante de Harvard Aoki Lee Simmons, la artista y modelo Kesewa Aboah, el artista multidisciplinar Kailand Morris, el músico Dylan Brosnan, el pintor Paris Brosnan y el artista Sean Koons.

Ester Cerdán, CEO Y co-fundadora de Laura Bernal premiada en la gala Top 100 Mujeres Líderes



En la gala de entrega de la 10ª edición de los Premios Top 100 Mujeres Líderes celebrada en el Teatro Real de Madrid, Ester Cerdán, CEO y Co-fundadora de la firma Laura Bernal ha sido galardonada en la categoría Starups y Pymes. La espectacular carrera de esta mujer emprendedora ha sido valorada por el exigente jurado que ha seleccionado su perfil de una selección exquisita de nominadas.

Ferragamo exhibe su nueva colección Cinema, para Otoño-Invierno 2023-2024



Para el Otoño-Invierno 2023, Maximilian Davis vuelve a Hollywood, el segundo hogar de Salvatore Ferragamo, para inspirarse en los armarios de las estrellas con las que la casa trabajó a lo largo de la década de 1950. Vista a través de la lente de la modernidad depurada, su belleza hiperfemenina adopta un futurismo alienígena; los volúmenes y siluetas de la época quedan claramente relegados.

40+1, la exposición audiovisual de Roberto Verino llega a Madrid de la mano de Madrid Capital de la Moda



El 17 de marzo se inaugura la muestra que permanecerá en el "Fernán Gómez, Centro Cultural de la Villa" hasta el 10 de abril de 2023. "Esta exposición es mucho más que una retrospectiva y compilación de fotografías de los mejores fotógrafos de moda. Es una forma de expresión propia. El visitante, entenderá, a través de los audios, los vídeos y las fotografías que nuestro estilo perdura a través de los años. Soy un verdadero defensor de la importancia de la belleza atemporal que nunca pasa de moda", indica Roberto Verino.

IS COMING lanza avance de su colección SS23: "Hotel en Barbados"



Siempre con ese toque ecléctico, la firma española Is coming presenta una colección versátil que juega con el día y la nocturnidad con un colorido explosivo que incita al buen humor y a la diversión.

New World, New Desigual: el mundo cambia y Desigual cambia con él



Conectando con el espíritu libre de la marca, y su nueva posición como agente a tener en cuenta en el ecosistema de la moda, la campaña se compone de una serie de imágenes acompañadas de poderosos mensajes que representan y comunican el cambio de paradigma que estamos viviendo.

Gant nos lleva a los Estados Unidos con su nueva colección SS23 ochentera



La colección GANT Primavera/Verano 2023 es una actualización de la herencia náutica de GANT. La colección abarca desde los principios de la primavera hasta el calor del verano, inspirándose en los estampados marítimos y los colores pastel blanqueados por el sol.

LEFTIES presenta BEauty, su primera línea de maquillaje



Una nueva dimensión del maquillaje. BEauty es la nueva línea de belleza de Lefties especialmente creada para todas las personas que buscan la colección de maquillaje más completa, a un precio accesible. Fabricada íntegramente en España, BEauty se compone de maquillaje para rostro, labios, ojos y también uñas.

El negocio de las peluquerías y los centros de estética alcanza los 4.500 M. de euros

Según el Observatorio Sectorial DBK de INFORMA la facturación total de los establecimientos de peluquería y centros de estética registró en 2021 un fuerte crecimiento.

Las ventas totales del sector se situaron en 4.050 millones de euros, correspondiendo el 77% del negocio a los salones de peluquería y el 23% restante a los centros de estética.

Los establecimientos de peluquería registraron unos ingresos de 3.125 millones de euros, mostrando un crecimiento del 25% con respecto al ejercicio anterior, año en el que habían caído un 24%. Los centros de estética experimentaron una evolución algo más positiva al crecer en torno a un 28%, llegando a alcanzar una cifra de ingresos de 925 millones de euros.

Saigu Cosmetics, la marca vegana favorita de las maquilladoras, elige Barcelona para inaugurar su primera tienda física



La marca nativa digital que ha conquistado las redes sociales por su transparencia y cercanía, quiere ofrecer así la experiencia física de su particular universo de alta cosmética natural, sostenible y delicada con las pieles más sensibles.

La Maison Mugler anuncia a Hunter Schafer como nuevo rostro de Angel



Actriz, artista, guionista y productora, Hunter Schafer aprovecha el amor que siempre ha manifestado por las artes visuales para dar vida a sus visiones como ilustradora y aspirante a directora.

La fuerza de Schafer, su imagen moderna y su aguda visión del mundo que habita la convierten en una estrella a la que mirar, una estrella que Mugler quiso destacar en su propia galaxia, invitando a todas las mujeres a trascender de sí mismas.



Day/Night Serum Ampollas

Ampollas concentradas de Day Serum y de Night Serum

- Serum de día antienvjecimiento con alta concentración en Colágeno Marino y Ácido hialurónico, de textura suave y ligera.
- Contribuye a alisar el relieve cutáneo minimizando las arrugas y líneas de expresión.

- Serum de noche antienvjecimiento con alta concentración en Colágeno Marino y Ácido hialurónico, de textura suave y ligera.
- Formulado especialmente para restablecer las funciones vitales cutáneas durante la noche.



www.colmarinecosmetics.com

Sloggi Body Adapt Twist



El sujetador Body ADAPT está fabricado con una innovadora tecnología de malla de silicona que proporciona una comodidad fiable y sin aros para todas las fluctuaciones que pueda sufrir tu cuerpo. Incorpora tecnología adaptativa, con gel entre cada capa de tejido, que se adapta de forma natural a la curva del cuerpo. Y con bordes planos cortados con láser y copas adaptables de doble moldeado, ofrece un ajuste suave y una sujeción suprema, dondequiera que te lleve el día.

Y ahora se añade un nuevo giro a la gama clásica, con Body ADAPT Twist. Igual que la original, es ropa interior que se mueve cuando tú te mueves y cambia cuando tú cambias. Es igual de flexible, adaptable y cómoda que antes, pero ahora con una vuelta de tuerca.

Body ADAPT Twist tiene ahora un toque extra de je ne sais quoi, en forma de un llamativo acabado de encaje en el lateral. Listo para doblarse y encajar contigo, ahora tiene un nuevo y bonito detalle, porque ¿quién dice que la comodidad no puede ser también genial?

Etam apuesta por el “flower power”



La flor, símbolo del amor por excelencia, es la invitada de honor de esta colección de lencería. Flores de encaje en colores ardientes, push-ups y bustiers diseñados para el romanticismo.

Triumph se adapta a ti y celebra la individualidad de cada mujer



Versatilidad, elección y libertad: tres rasgos predominantes que caracterizan la colección SS23 de la famosa marca de lencería Triumph.

Esta temporada cambia los códigos de la lencería, diseñando productos que satisfacen las necesidades corporales y emocionales de las mujeres, para todas las etapas de la vida.



**STEPPING STRONG
STAMP**



WWW.MYSTAMPBAG.COM

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

Head Sportswear presenta la nueva colección summer 2023 que incluye las líneas padel, performance, off-court y club



HEAD Sportswear presenta la nueva colección Summer 2023 que incluye las líneas Padel, Performance, Off-Court y Club. Se trata de una colección fresca, moderna y versátil diseñada a partir de blanco, azul marino, azul oscuro y negro como base. Colores que se combinan con otros tonos a la moda que van desde el coral brillante y el azul piscina, pasando por los verdes y amarillos pastel, hasta los vibrantes tonos baya y naranja.

Yoga, bienestar y estilo de vida, los tres pilares que sustentan la unión entre Born Living Yoga y Xuan Lan



Aunque la práctica del yoga sea lo que ha unido a Born y a Xuan, no es lo único que les conecta. La esencia que la firma #1 en yoga comparte, también se identifica con la filosofía que la conocida profesora de yoga imparte, y es que ambos promueven una vida activa y saludable con un equilibrio y una motivación como base para conseguir nuevos retos.

Para Born y para Xuan, esta colaboración tiene un gran significado por muchos motivos. "Xuan y yo nos conocimos en un evento, cuando yo acababa de iniciar la marca. Ahora, tras poco más de cinco años, que Xuan sea nuestra embajadora de yoga, tiene un gran componente emocional para mí. Hace unos meses volvimos a encontrarnos en unas ponencias y conectamos de inmediato. Tanto Xuan como Born promovemos la vida activa y saludable y ambas hemos creado una gran comunidad a través del yoga", explica la fundadora y diseñadora de la marca, Arianne Puig.

Oysho se convierte en 'title partner' y sponsor técnico de la Queens League Oysho



Doce equipos formarán parte de la Liga de las Reinas que arrancará el próximo sábado 6 de mayo y decidirá al campeón en la Final Four del 29 de julio.

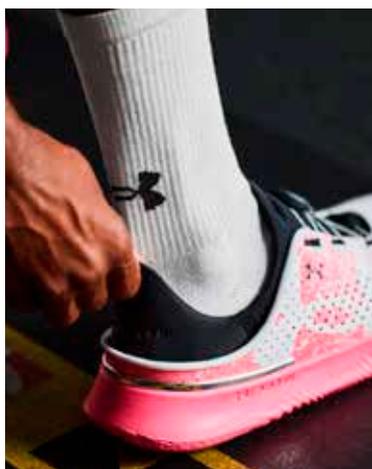
Oysho, en calidad de 'title partner' de la Queens League Oysho y sponsor técnico de la competición, será la marca deportiva que vestirá a las jugadoras con las equipaciones oficiales de los encuentros y con el material deportivo necesario para la competición.

Puma x Rhuigi II, un pedazo de la ciudad de Nueva York



La segunda parte de la colaboración de PUMA x Rhuigi se lanza con una campaña que celebra la experiencia que une a todos los neoyorquinos, compartir una humilde porción de pizza.

Presentamos UA Slipspeed, la zapatilla de entrenamiento diseñada para atletas más versátil de Under Armour



Un calzado específicamente diseñado para entrenar y poder llevar todo el día, así es como UA ha reimaginado las deportivas de entrenamiento tradicionales. Con las tecnologías emblemáticas UA Flow e Iso-Chill, además del BOA® Fit System y el nuevo diseño de talón "aplastable", esta zapatilla está equipada con algunas de las mayores innovaciones de UA para superar los límites del rendimiento.

Fernando Alonso y Kimoa presentan: FA Aston Martin F1 Collection



Kimoa se alía con el equipo Aston Martin Aramco Cognizant Formula One Team de la mano del piloto Fernando Alonso para lanzar la colección "FA AMF1 Collection".

Helly Hansen ULLR D Insulated Anorak Jacket: el Free Ride más innovador



La recién conceptualizada Helly Hansen ULLR D Insulated Anorak Jacket es un desafío al Free Ride, diseñada para sustituir el frío por adrenalina en las aventuras freeride y comprometida con el planeta. El 80% de sus materiales son reciclados según el proceso de fabricación textil certificado bluesign®, que reduce los residuos en cada paso de la cadena de suministro de ropa.

Decathlon España realiza cambios en su dirección general



Borja Sánchez releva a Javier López como nuevo CEO de Decathlon España. Este último, tras más de 7 años en el puesto, afronta un nuevo reto dentro de la compañía pasando a formar parte de la dirección general del Grupo, a cargo de la producción, logística y supply chain, como Chief Global Value Chain Officer.

Jimmy Choo presenta su colección de Otoño 2023: Rule-Breaking Glamour



La colección es un maridaje de contrastes, atractivos opuestos. La crudeza se une al refinamiento, la princesa al punk: para el otoño, Jimmy Choo está en modo rebelde, rompiendo las expectativas y contradiciendo las convenciones. Se trata de una actitud y una perspectiva: un sentido de lo único, de lo individual y de la identidad que resuena en la juventud de cualquier época.

Para celebrar el Ramadán 2023, la marca ha creado una colección cápsula especial



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.

Calzados Pitillos presenta la colección FW 23-24 en Micam



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.

Skechers ficha a Nuria Roca



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

Bar Refaeli, nueva imagen de Xti



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

Gaimo apuesta este verano por las espadrilles



Una opción cómoda y con un tono de lo más elegante que combina con todo, pero sobre todo, con prendas en esa misma gama cromática, la favorita de estas chicas.

Gioseppo Kids presenta Spring-Summer 2023 All Inclusive



Materiales más sostenibles como cordones con algodón orgánico, forros de poliéster reciclado, EVA reciclada o pieles producidas en tenerías que siguen un proceso de curtición más sostenible bajo los estándares de Leather Working Group, se refuerzan en los modelos casual a través de la etiqueta Have a Nice World, el compromiso de Gioseppo por desarrollar modelos cada vez más respetuosos con el medio ambiente.

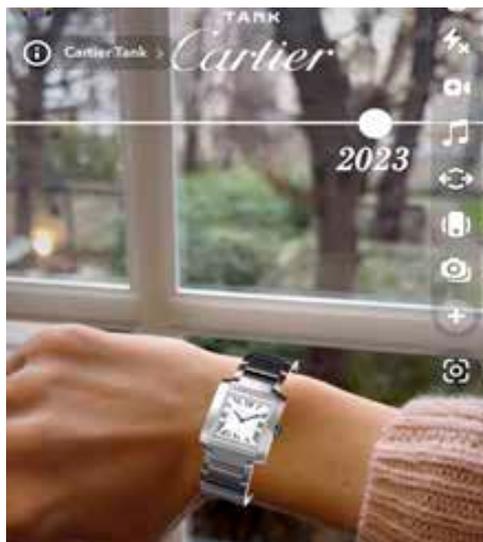
Diseño y sostenibilidad van de la mano en la colección Primavera- Verano 2023 de Duuo



Duuo Empathy Shoes presenta su colección primavera-verano 2023 apostando una vez más por una filosofía vegana y ecológica con nuevos modelos en tendencia, en sintonía con su estética vanguardista.

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.

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.

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

La emblemática compañía española, con más de 130 años de historia, referente en perlas orgánicas creadas artesanalmente, tiene el objetivo de superar las ventas del 2019.

Con las miras puestas en alcanzar los 50 millones de euros en 2025-2026, la nueva Majorica quiere expandirse en nuevos mercados en este año que es clave para la compañía.

Un nuevo amanecer, la nueva campaña de Ferragamo SS23



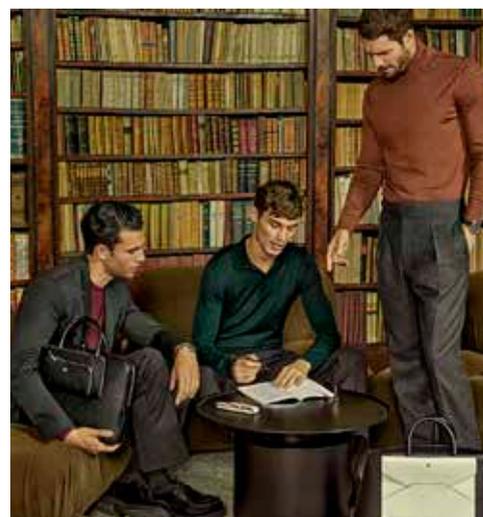
Ferragamo desvela la nueva campaña publicitaria fotografiada por Rafael Pavarotti: un reflejo atrevidamente sensual de la visión del Director Creativo Maximilian Davis para la colección Primavera-Verano 23.

El último lanzamiento de Diesel: la colección Griffed Solar Red



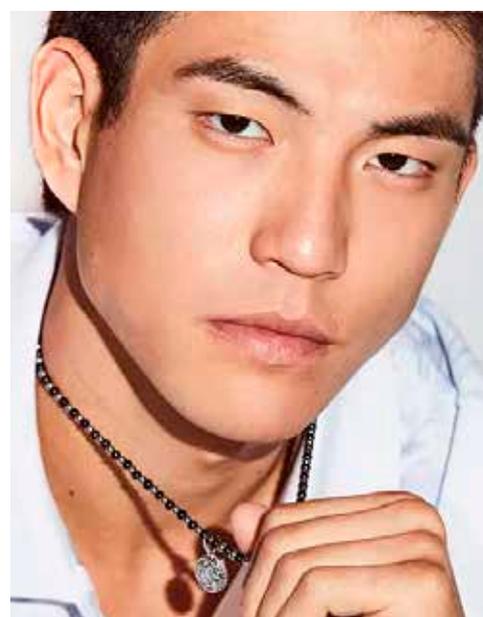
Diesel anuncia su nueva colección de relojes impulsados por movimiento por energía solar de tres agujas. Se caracterizan por su impactante esfera de color rojo intenso, correas fabricadas con #tide ocean material® y carcasas fabricadas con un 45% de aceite de castor biológico.

Montblanc invoca el espíritu de la biblioteca

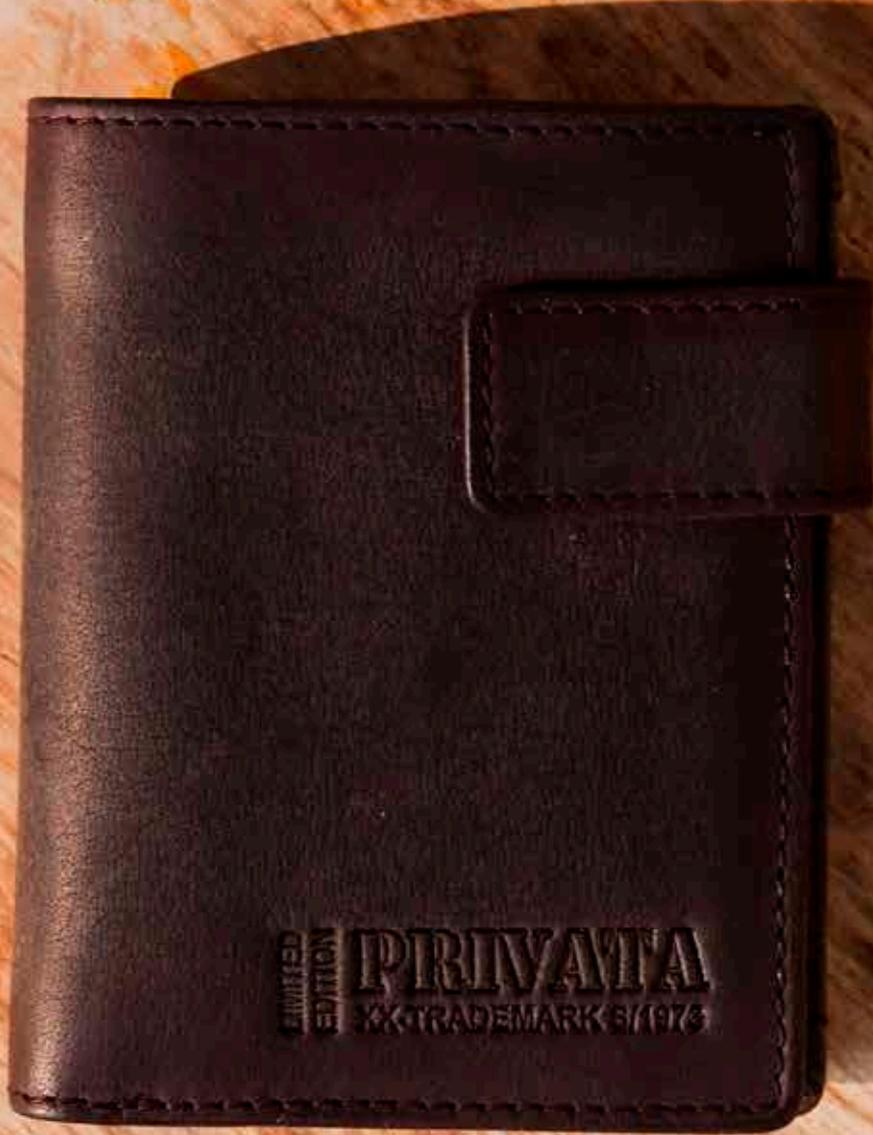


La nueva campaña de la Maison explora el poder inspirador de las bibliotecas como fuente de conocimiento y descubrimiento para transportar a Montblanc a sus raíces.

Guess Jewellery Spring/Summer 2023 Men Collection



Para SS23, la colección masculina vuelve con una versión más amplia y actualizada, gracias a la incorporación de elementos nuevos o revisitados, como el icónico 4G y el león, que siempre han sido símbolos GUESS.



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



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 tal 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.

FICE

valora de forma muy positiva la participación de las empresas españolas de calzado en la última edición de Micam

España es el segundo país en número de expositores, después de Italia, en esta feria tan importante del sector que, en esta edición ha presentado conjuntamente MICAM Milano, MIPEL, TheOneMilano y HOMI Fashion&Jewels, las ferias de moda y accesorios.

El balance final de esta última edición ha puesto de manifiesto 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.

Las 4 ferias consolidaron un total de más de 1.800 expositores y 48.276 visitantes profesionales, un 25% más que en la edición anterior.

Los compradores internacionales respondieron particularmente bien, señalan fuentes de Fice, a tenor de los datos finales: 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 lejanos como Corea del Sur, Japón y Kazajistán.

Programa de la 9ª edición de Atelier Couture



Creadores de plena actualidad, referentes de la moda española, mostrarán el universo creativo de sus colecciones en moda nupcial y de ceremonia los días 14 y 15 de marzo en Atelier Couture.

La Plataforma presentará su novena edición a través de un programa estelar, que también incluirá las propuestas de nuevas generaciones que apuestan por el noble oficio de la Costura y la Alta Artesanía para desarrollar su trabajo: Amarca, Inmaculada Rodrigues, José Acosta, María Diezma, La Caprichosa, Susana Hidalgo, Lucía Cano, Jordi Dalmau, Asn Madrid, Diazar Atelier, Svetchi, Hannibal Laguna, Lucía De Miguel, Silvia Fernández, Franjul.

Serán catorce desfiles de moda contemporánea y una exposición, de creadores que valorizan las técnicas artesanales de la Costura, que apuestan por la recuperación de valores como la sostenibilidad y la calidad, el legado de lo hecho a mano y "la artesanía con causa".

La convocatoria conjunta de Micam, Mipel, TheOneMilano y Homi Fashion & Jewels consigue un 25% más de compradores

La última edición conjunta de Micam, Mipel, TheOneMilano y Homi Fashion & Jewels tuvo lugar del 19 al 23 de febrero en Fiera Milano (RHO), según fuentes de la organización de estos eventos, "han sido un gran éxito".

Los salones han reflejado el aumento de la demanda entre los italianos y, sobre todo, los compradores internacionales, testificando la consolidación de la recuperación en las industrias que representan.

Un total de más de 1,800 expositores se reunieron con 48,276 visitantes profesionales, un 25% más que en la edición anterior.

La próxima convocatoria conjunta de Micam Milano, Mipel y Theonemilano tendrá lugar del 17 al 20 de septiembre de 2023, mientras que Homi Fashion & Jewels está programado del 15 al 18 de septiembre de 2023, de nuevo todos juntos en Fiera Milano (Rho).

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid Feb23: la edición de la identidad y diversidad en la moda española



La 77ª edición de MBFWMadrid, organizada por IFEMA MADRID, con el apoyo del Ayuntamiento de Madrid, ha reunido en su calendario oficial las propuestas de 42 diseñadores: 9 OFF -celebrados en diferentes localizaciones de Madrid, 22 creadores de jueves a sábado, y 11 noveles en la pasarela Allianz EGO, que han presentado sus creaciones en IFEMA MADRID. La temporada otoño/invierno 23/24 ha sido recibida con gran expectación por los 800 invitados asistentes a cada uno de los desfiles (entre los que se incluye el especial seguimiento de los 200 periodistas acreditados por sesión).

El sábado por la tarde se entregaron los premios L'Oréal Paris a la Mejor Colección, que recayó en la firma Isabel Sanchis, y el Premio L'Oréal Paris a la Mejor Modelo, otorgado a Lorena Guitián.

Además, el domingo al inicio de la jornada se otorgó el premio Allianz EGO Confidence in Fashion a la firma TÍSCAR ESPADAS. La diseñadora ubetense desfilará en la próxima edición de la pasarela Allianz EGO, para la que recibirá una dotación económica de 6.000€, y un asesoramiento profesional durante seis meses por parte de la Universidad de Diseño y Tecnología ESNE. Por su lado, la firma emergente AITORGOIKOETXEA con su colección "Adarrak" ha sido elegida como la ganadora de la 21ª edición de Mercedes-Benz Fashion Talent, que celebra diez años desde que comenzó a apoyar y a dar visibilidad a nuevas promesas del panorama nacional.

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



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.

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.

Texworld Evolution Paris roza los 8.000 visitantes de 115 países

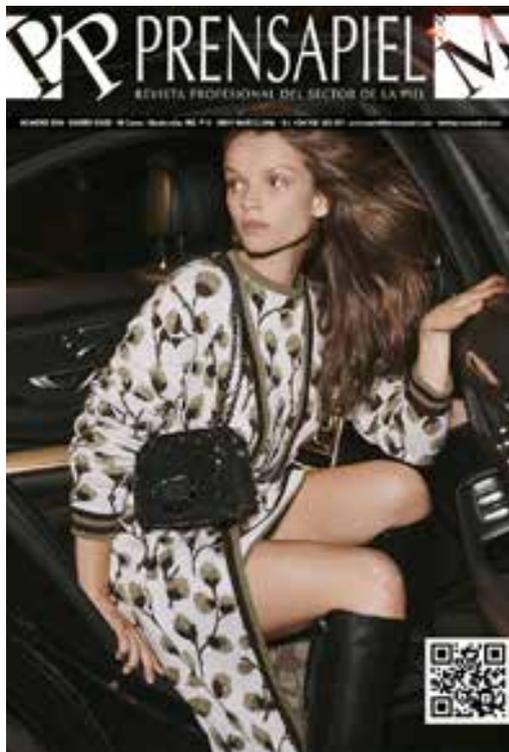


Después de tres años de crisis, los pasillos de Texworld Paris y Apparel Sourcing Paris finalmente han vuelto a un nivel de asistencia y actividad comparable a las grandes ediciones de Texworld Evolution Paris. Casi 8.000 compradores profesionales, casi tres veces más que en febrero de 2022, vinieron 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. Si los franceses siguen siendo la presencia más importante, los compradores ingleses, turcos, italianos, españoles y holandeses dominan los 5 principales visitantes extranjeros, por delante de los alemanes y los estadounidenses. Otra señal de este ambiente renovado fue la presencia de las principales partes interesadas como el grupo Inditex, River Island, Marks&Spencer, Mango, ASOS o C&A, que vinieron a descubrir la oferta mostrada y negociar contratos para la próxima temporada.

Texworld Evolution Paris ha decidido trasladar todas sus ediciones de verano a los intramuros de Paris: 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 Se esperan casi 1.300 expositores, con una mayor participación de fabricantes chinos, indios, turcos, coreanos, vietnamitas, ghanés y etíopes.



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:

