

tym

Nº 266: ENERO - FEBRERO - MARZO 2023

Redacción, Administración y Publicidad:
Diputación, 180, 1º C
08011 Barcelona
Tel. 932 265 151
Edita: Edicions Sibila, S.L.
Precio: 8 euros

textil y moda



Pomandère

080 Reborn apuesta por el uso de ropa reutilizada y la moda circular

Ha tenido lugar el desfile 080 Reborn, el primer desfile de ropa de segunda mano del 080 Barcelona Fashion, con el objetivo de transmitir un mensaje claro a favor de la reutilización y la sostenibilidad. El acto lo ha presidido el consejero de Empresa y Trabajo, Roger Torrent i Ramió, y la consejera de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural, Teresa Jordà y Roura, acompañados de la directora del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda, Agnès Russiñol i Amat y el director de la Agencia de Residuos de Cataluña, Isaac Peiraire y Soler.

La pasarela ha contado con los estilismos de Fermin+Gilles y con creaciones de segunda mano procedentes de tiendas como Fundación Formación y Trabajo, Solidanza, Humana, Las Pepitas, Love Vintage, Victoria, Gi Joe Surplus, Flamingos Vintage Kilo, Fred Perry, Cándor, dr. Martens y Armand Basi. Además, el cantante de trap catalán Lildami se ha sumado a la propuesta y ha participado como modelo en este desfile.

Esta iniciativa ha sido impulsada por el Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda del departamento de Empresa y Trabajo, la Agencia de Residuos de Cataluña y ha contado con el apoyo de Girbau Lab, espacio de innovación colaborativa para transformar la industria hacia un nuevo paradigma de economía circular y regeneración.

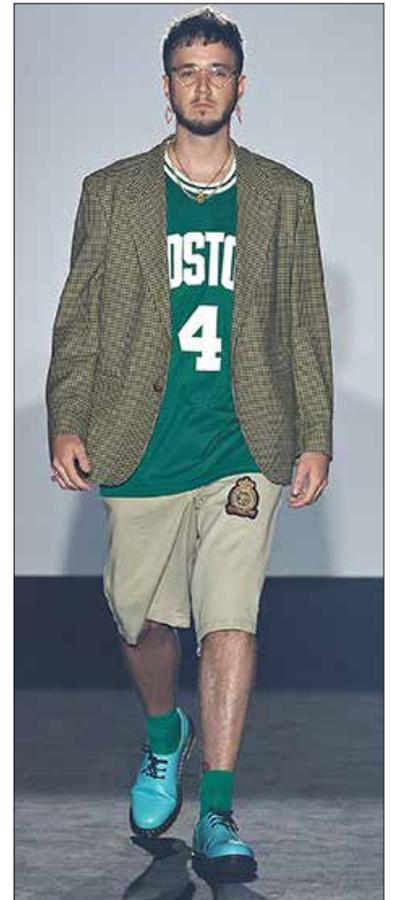
El Recinto Modernista de San Pablo de Barcelona ha sido el escenario de la 080 Reborn, donde el público ha podido ver una pasarela con prendas recuperadas de forma íntegra de plantas de clasificación de residuos textiles y de tiendas de segunda mano, coincidiendo con el último día del certamen.

080 Reborn ha querido aprovechar la visibilidad de la semana de la moda para concienciar sobre la necesidad de alargar la vida de la ropa, reutilizar y reciclar las prendas. Todo ello es fruto del Pacto por la Moda Circular, promovido por la Generalitat de Catalunya y firmado el pasado mes de mayo, que compromete a los agentes de la industria textil a adoptar cambios y medidas sostenibles para reducir el impacto medioambiental del sector.

Este pacto promueve un acuerdo voluntario para transformar el sector hacia un modelo circular, y en la actualidad cuenta con 75 entidades adheridas de toda la cadena de valor del textil. Se busca incrementar la durabilidad de los productos y el porcentaje de material reciclado incorporado a los tejidos, reducir y eliminar el uso de materiales nocivos, aumentar la reutilización con la implementación de nuevos modelos de negocio, recoger selectivamente y valorizar los residuos textiles y desplegar estrategias de producción más limpias y eficientes.

El sector textil es uno de los mayores consumidores de recursos del mundo con el enorme impacto ambiental y climático que esto comporta. En Cataluña, cada persona genera en un año unos 22 kilos de residuos textiles y de éstos sólo se recogen selectivamente un 11%. Además, en la mayoría de hogares de Cataluña y del Estado español la ropa se tira todavía dentro de la fracción desperdicio, lo que supone unas 147.000 toneladas de residuos textiles en Cataluña sin posibilidad de ser recicladas.

Además, el consumo de ropa crece de forma acelerada en todas partes, mientras que la reutilización y el reciclaje no lo hace al mismo ritmo, básicamente porque los productos textiles no se diseñan con criterios de circularidad. Esto genera una pérdida de recursos valiosos con un grave impacto en el planeta. Se calcula que en el mundo se venden 100.000 millones de prendas cada año y que su producción se multiplicó por dos entre el año 2000 y el 2014.



Directora: Carmiña Verdejo
cverdejo@edicionessibila.com

Edita: Edicions Sibil-la, S.L.
Diputación, 180, 1º C
08011 Barcelona
Tel. 932 265 151
essl@edicionessibila.com
www.edicionessibila.com

Autoedición y diseño gráfico: ESSL®
Precio: 8 euros
D.L.B.: B-19766/94

Nuestras publicaciones:



Nuestra portada:



Pomandère

El protagonista de esta colección se revisa en clave safari, detallado en los cortes de las mangas, en la aplicación de macro bolsillos, en el uso de cinturones en la cintura. La inspiración safari se propone en un tejido de tencel fluido y opaco, que encuentra su realización en un trench estructurado, estrictamente en color caqui, combinado con el icónico pantalón de corte suave. Lo reconocible de las prendas exteriores Pomandère se reinterpreta de forma innovadora, en la textura de espiga con efecto arrugado e irregular. La presencia del denim se renueva, revisitada en el color gris lavado a la piedra que crea un lienzo "desteñido" y tridimensional. Además de las figuras ya apreciadas la temporada pasada, la gama se ha ampliado con un short con un confort. También se da continuidad a los tintes naturales, que encuentran mayor profundidad en una mayor variedad de estilos y colores, apoyando la firme creencia de la marca en la sostenibilidad. El amarillo reseda y el verde de la cáscara de granada también colorean una selección de accesorios. El aspecto más polvoriento y etéreo presente en las prendas teñidas de forma natural da paso al brillo de todos esos frescos tonos traducidos en ropa interior y de playa de satén de seda. La versatilidad de estas prendas se traduce en la posibilidad de integrarlas de forma coherente en looks sofisticados y muy refinados o en su uso clásico.

Feria Hábitat Valencia celebra su próxima edición del 19 al 22 de septiembre de 2023



Ya hay fechas para la próxima edición de Hábitat. La feria de referencia para el hábitat 'made in Spain' y que se ha consolidado en los últimos años como el principal escaparate internacional de la industria española del hábitat celebrará su próxima edición en Feria Valencia del 19 al 22 de septiembre de 2023. Hábitat repite, de este modo, su fuerte posicionamiento en la tercera semana de septiembre como una cita ya clave dentro del circuito mundial de ferias del sector. Unas fechas adecuadas dentro de la dinámica comercial de fabricantes y distribuidores y que permite disfrutar del suave otoño mediterráneo de una ciudad tan atractiva como València.

A la cita de 2023 Feria Hábitat València llega en una dinámica ascendente y tras romper con sus mejores previsiones en una última edición, celebrada el pasado mes de septiembre, que muchos han calificado como "histórica" con más de 48.000 visitantes profesionales y más de 600 firmas expositoras propias. La cita del hábitat, en este sentido, lleva registrado un crecimiento continuo cercano al 30% en cada edición desde que en 2017 apostara de nuevo por celebrarse en septiembre tras coincidir unos años con Cevisama y Fimma - Maderalia. La coincidencia en 2022 de Hábitat con la celebración de València como Capital Mundial de Diseño ha significado un revulsivo para todo el sector "que debe continuar en la próxima edición", explica el director del certamen Daniel Marco. "Feria Hábitat València 2023 va a seguir contribuyendo al crecimiento de nuestra industria ofreciendo un escaparate único y en el que el diseño y la calidad van a seguir siendo nuestra seña de identidad", explica Marco.

El director de Hábitat también apunta que la cita de Feria Valencia apostará en 2023 por una edición "plenamente internacional", tanto por la capacidad de ser "una plataforma de negocio y exportación de nuestras empresas expositoras a través de la red de contactos internacionales que establecen durante la feria" como por "el atractivo que supone un escenario como Hábitat para los fabricantes internacionales de alto nivel". En este sentido, el propio Daniel Marco junto a un equipo técnico de Feria Hábitat Valencia ha mantenido durante estas últimas semanas diversas reuniones con representantes empresariales y firmas productoras en Francia y Portugal para preparar, precisamente, la próxima edición de Hábitat.



Home Textiles Premium by Textilhogar celebrará su próxima edición del 19 al 22 de septiembre de 2023

La feria de referencia y única en nuestro país del sector textil para el hogar, tapicería y decoración, Home Textiles Premium by Textilhogar, ha marcado sus fechas en el calendario internacional de ferias del sector, 19 al 22 de septiembre de 2023. La cita consolida su celebración en Valencia junto a Feria Hábitat Valencia como el principal escaparate internacional para la decoración del hábitat.

Tras el éxito de su pasada edición, que recibió a más de 48.000 visitantes profesionales y más de un millar de firmas expositoras, HTP by Textilhogar trabaja con el objetivo de potenciar, más si cabe, su internacionalidad. Ya en 2022, profesionales de 44 países con un alto poder de compra y prescripción, conocieron de primera mano el 'made in Spain'. Para su próxima convocatoria, el certamen potenciará las acciones para atraer a compradores involucrados en los diferentes segmentos del sector textil-hogar, tanto los canales tradicionales de distribución como la prescripción para proyectos contrat.

La feria, que celebrará su séptima edición, volverá a reunir una excelente oferta expositiva donde descubrir las últimas novedades en diseño, tendencias e innovación para la decoración de interiores tanto en el segmento tradicional como residencial, hotelero, oficina o restauración. Una cita donde la calidad, creatividad y, sobre todo, la sostenibilidad son los pilares fundamentales, además del negocio. Feria Valencia cuenta con el apoyo y la coordinación de Ateval y Home Textiles from Spain para la organización de HTP by Textilhogar. La celebración conjunta de ambos certámenes, en septiembre de 2023, unificará sinergias entre toda la oferta textil y la que ofrece Hábitat (mueble, tapizado, decoración, descanso, iluminación o mobiliario de exterior) lo que supone un escaparate de gran atractivo para los profesionales internacionales, tal y como se evidenció en la edición de este año en la que compartieron escenario con el sector cocina, ausente en 2023 debido a su condición bienal.

Triumph

“Made to be seen” la nueva campaña de Triumph que estará disponible en el mes de febrero. La lencería ya no es un apoyo secreto es una prenda exterior. Eres individual, eres única, eres tú. Como tú, tu lencería puede ser lo que quiera ser. Audaz, segura, atrevida. Atrás quedaron los días en que la lencería era tu apoyo secreto. Las tendencias actuales en ropa interior están hechas para ser vistas. Debajo de la americana o de una camisa, a través de un top transparente. Dale el estilo que quieras. Está hecha para ser vista.



Maison Lejaby

El Kimono en raso estampado es muy femenino y cómodo, con un estampado gráfico de tonos top, sobre un satén de poliéster con hilos reciclados. De una suavidad incomparable, esta línea es la mejor aliada para los regalos especiales. La braguita (bloomer) y el top de tirantes resulta perfecto para combinar con la lencería o para conjuntar con las otras formas de la línea como el kimono o el pantalón de pijama. El conjunto Fleur Ikat combina perfectamente con el kimono en tonos rosas creando una composición muy sensual y femenina. El conjunto Fleur Ikat evoluciona con el pecho femenino y tiene diferentes presentaciones para las copas más pequeñas y las más voluminosas.



Guess

Preparada para afrontar los meses de verano con un estilo juguetón y un encanto sexy y despreocupado, la colección GUESS Underwear SS23 deslumbra con el resplandor de la estación soleada. La mujer GUESS se entrega a un estilo femenino y floral con detalles de lencería romántica chic con un toque contemporáneo. El hombre GUESS se muestra seguro de sí mismo y relajado sin esfuerzo con estilos clásicos y modernos que adoptan una actitud moderna y veraniega.

Para ellos, explora la jungla urbana con este elegante tema influenciado por las ondas de vapor que se inspira en el Año Nuevo Chino y las metrópolis asiáticas. Llena de líneas limpias, combinaciones de colores y estampados en una paleta de blanco óptico, negro intenso, reflejos flúor y azul índigo. Los detalles y acentos de ideogramas y letreros de neón completan el look urbano, creado con tejidos técnicos de nailon, algodón y forro polar.



Dim Paris

Las medias y pantys forman parte del fondo de armario femenino y se han convertido en un imprescindible de los outfit en la temporada otoño/invierno. DIM con más de 60 años de historia, ha acompañado a la mujer en la liberación de sus piernas incentivando su visibilidad y convirtiéndolas en un elemento esencial del outfit.



Para esta temporada DIM Paris nos propone una colección de pantys fantasía con diversas líneas. **BLOCK COLOUR:** La media opaca, un básico imprescindible también puede convertirse en una opción divertida o de contraste. Los nuevos colores de DIM son perfectos para combinar con los de tendencia como el morado o el rosa. **FLORAL:** Un modelo con un bordado floral que estiliza y aporta un toque de sofisticación a las piernas. **DISEÑO:** Un toque de humor y juego en unas pantys negras en las que pestañas y ojos se multiplican a lo largo de toda la pierna. **GEOMÉTRICO:** Puntos, espirales y cuadrículas. Los elementos geométricos se extienden a lo largo de las piernas para ofrecer un toque de sofisticación a los looks de falda o vestido.

Etam

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...

Lencería sensual en vigorosos tonos rosas y rojos para encender la seducción. Déjate llevar por esta declaración de amor floral y reaviva los primeros días de pasión.



Dolores Cortés

La diseñadora Dolores Cortés ha presentado esta mañana, en el marco de la MBFW Madrid, su colección para el próximo verano 2023, tomando como punto de partida el trabajo en la Bauhaus de Anni Albers, conocida especialmente por su papel pionero en el arte textil o fiber art.

Arrancaba su desfile con una puesta en escena teñida de color beige que recreaba una obra de Oskar Schlemmer, profesor de escenografía de la Bauhaus, compañero en la escuela de Anni.

Dolores Cortés ha mostrado piezas de baño en las que, como Albers en su momento, trata las tramas y busca los motivos y funciones del tejido.

Albers fue una autora clave en la redefinición de la figura del artista como diseñador, el suyo fue un arte inspirado por la cultura precolombina y la industria moderna, que trascendió las nociones de artesanía y labor propia del género femenino, principios que la diseñadora de moda baño ha tomado como referencia para esta colección.

La diseñadora concibe un verano 023 con piezas de tejidos pictóricos, convirtiendo a sus prendas en obras artísticas de colores primarios en estado vibrante, jugando con los colores fríos y los cálidos, bien sean bañadores, bikinis, trikinis o prendas para acompañar a estas otras como son vestidos, pantalones palazzo, kaftans y todo tipo de cover ups.

Una colección donde también tienen cabida las piezas handmade renovado potenciando el concepto de swim couture con combinaciones en blanco y negro o matices de colores saturados que ofrecen dinamismo y vivacidad.



IKKS

La temporada de primavera-verano 2023 nos invita a vivir momentos extraordinarios. Avidos de una libertad por fin hallada y conectados a los demás, nuestros kids espíritus libres viven instantes en los que cada segundo, antes ordinario, se convierte en extraordinario.

En un relato de la vuelta a la sencillez, de cómo estirar el tiempo a orillas del Mediterráneo. Nuestros espíritus libres contienen la respiración para apreciar con plenitud los momentos en común entre amigos y disfrutar de los placeres sencillos que ofrece la naturaleza. Bañarse, divertirse, relajarse, hacer fiestas para los mayores, o descubrir tierras inesperadas y lejanas marcan el ritmo del día a día.



Kids ModaPortugal

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.





Escorpion

Bajo la palabra de origen griego "Euphoria", Escorpion ha presentado una colección de piezas que llenarán de optimismo y color el verano 2023. Caótica en algunos aspectos y absolutamente brillante en otros, es un reflejo de pluralidad, con jacquards con hilaturas brillantes, intarsias de algodón y lino, tártaros, luciérnagas, plumas, etc. Una estética arriesgada y llena de emociones.



All That She Loves

"La Maison", una colección de piezas llenas de color, con toques metalizados, tinturas increíbles y suaves con texturas en clave effortless: siluetas fluidas, elegancia relajada y un estilo chic casual. El centro de esta colección es la década de los setenta, un periodo revolucionario y eternamente joven, y así lo plasma Clara Esteve.

Tíscar Espadas

Propone la posibilidad de que cada uno pueda crear su propio personaje con una colección atemporal que no está en ningún sitio "alieno" del mercado, que no es ni de invierno ni de verano, ni femenina ni masculina, es una colección humana, con reminiscencias al pasado pero abriendo formas al futuro. Cada pieza de esta colección realza la complejidad de las técnicas artesanales. Piezas únicas y elaboradas por fabricantes locales que incorporan el detalle y la sutileza del mimo de la material.



Lola Casademunt by Maite

Impregnada de colores intensos y manchas de los animales tan característicos de África, "Dreaming Africa" destaca por los estampados animal print, piezas fluidas y con volumen, y tonalidades enérgicas. La firma siempre va un paso más adelante y en esta ocasión no ha sido menos. Ha fusionado las tendencias con su ADN para trasladar al espectador a una travesía por todo el territorio. Colores que nos recuerdan a los atardeceres y a las tierras propias de continente - el terracota y el naranja - que salpican los estampados de zebra en blanco y negro, hasta llegar a un oasis de color que se traduce en estas mismas piezas de print animal en tonalidades intensas y dominantes.



am.lul

La firma, fundada el año 2019 por su directora creativa Gala Gonzalez, centra sus valores en la atemporalidad, el Made in Spain y en una producción ética edición limitada, con piezas pensadas para aquellos que priorizan la calidad y el consumo responsable. Presentará "Sunrise to sunset", una colección homenaje a la morriña que se compone de sus piezas más icónicas. Sus nuevos best-sellers atemporales se adaptan desde el comienzo del día hasta que cae la noche, bajo una producción sostenible 100% hecha en España.

Is Comming

La colección que Is Comming ha presentado se llama "Hotel en Barbados", una colección que sigue la línea de las 3 colecciones anteriores: atemporalidad y versatilidad. En esta ocasión, Constan Hernández juega con el día y la nocturnidad con un colorido explosivo, que contiene estampados geométricos, característicos de los años veinte, y combinaciones de tejidos y estampados. Inspirada en la América Central colonial, las americanas y pantalones masculinos de lino, las faldas exageradas combinadas con chaquetas pequeñas y las camisas masculinas han sido los claros protagonistas de la pasarela. Juntamente con los colores delicados como el melocotón, el lila, el rosa y el verde claro que sube de tono y se mezcla con el color aceite, hasta llegar a los estridentes fresa, verde menta o rojo oscuro con toques de marino para matizar.



Simorra

Siguiendo su filosofía de la búsqueda de la belleza en las cosas más simples y sencillas, su segunda colección, "Nomad", va más allá de las tendencias y las modas pasajeras, y promueve el compromiso con la calidad y la durabilidad de las piezas. Inspirada en mujeres inteligentes, curiosas, valientes e inquietas guiadas por la estrella polar, que comenzaron un viaje para romper con las normas sociales y decidieron explorar más allá de su hogar. "Nomad" es el inicio de un viaje para buscar aquello real, un viaje en el que la belleza cobra sentido bajo el concepto de unión.



Larhha

"Larhha 23", es una fusión entre las siluetas más sofisticadas y la estética urbana y deportiva, con piezas intercambiables que generan otros looks y que han reflejado la versatilidad de la propuesta, con la estética de los sesenta y un aire retro-futurista. Partiendo siempre de las reglas y los volúmenes arquitectónicos que buscan el espacio perfecto entre el cuerpo humano y su refugio, se adaptan a nuevos patrones como el "hombro LARHHA", que busca la línea entre la comodidad y la experimentación de siluetas sugerentes.



Eñaut

Para esta edición EÑAUT presenta su séptima colección: "Under". Con una estética minimalista y una visión sostenible, la nueva colección pone en valor el trabajo de los corales sobre el impacto medioambiental, concretamente en su importancia por limpiar el aire. Consciente de que las plantas marinas son uno de los tripulantes más importantes de la tierra, ya que pueden almacenar hasta veinte veces más carbono por metro cuadrado que los bosques.



Txell Miras

La colección presentada, "Puntos de fuga", es un ejercicio de geometrías y puntos de fuga horizontales que son protagonistas de la propuesta cromática de las piezas. Estas líneas son el hilo conductor de un juego de contrastes que combina, en contraposición, con líneas verticales que actúan de pilares rígidos y contundentes. El resultado es un estado de calma y de quietud. Los tejidos presentados en esta colección son la lana, el algodón, la viscosa, el punto roma, los acolchados, el neopreno, el punto tricot, y el denim. Y los colores protagonistas presentes en "Puntos de fuga" son el chocolate, el mostaza, el camel, el piedra, el negro, el rojo, el blanco, el vainilla, el azul oscuro y el índigo.



Lebor Gabala

Maite Muñoz ha presentado "Indianas", la colección Primavera-Verano 2023 que hace un viaje en el tiempo y se traslada al s.XVI, a los algodones y sedas con estampados toile de Jouy. En esta ocasión, ha escogido un estampado que representa selvas exóticas y le ha dado la vuelta a la tradición con colores intensos y luminosos como el fucsia, el turquesa y el verde hoja, en vestidos amplios y vaporosos y faldas con grandes volantes, haciendo así referencia a su origen, combinandolo con confortables vestidos de lino y algodón en tonos que aporta la naturaleza, vestidos de satén y jerséis calados en la misma paleta.



Martín Across

Ha presentado una colección de diseños utilitarios post-modernos, inspirados en el buceo y en la pesca. Experimentando con la clásica chaqueta workman y con piezas de vestir de la década de los años 20, su artesanía desarrolla un efecto que alude al naufragio de un barco, mostrando detalles en cuerda, red y ganchos. Suaves piezas de punto, mediante diferentes técnicas, siluetas y estampados, emulan la sensación de sumergirse bajo el agua de noche, con destellos de luz y reflejos fluorescentes de corales y moluscos arrastrándose.

Custo

La innovación y la creatividad constituyen la base de un estilo caracterizado por la utilización de gráficos y de color, que se ha convertido en un icono. Custo ha presentado su nueva colección "Light Up", una nueva propuesta experimental, tanto en las formas como en el patronaje y la combinación de tejidos, que definen un nuevo lenguaje que apuesta por la creatividad en todas sus formas.



Eiko Ai

Ha presentado "Underwater life", una colección inspirada en el agua y la fantasía de la vida submarina. Transparencias, satenes ultrasuaves de colores luminosos, brillos en tonos cálidos, volúmenes en todos sus formatos, jacquards y tejidos vaporosos, fundidos en estampados inspirados en la fantasía acuática. La paleta de la colección respira positividad, vida estival marina y luz con una gama de turquesa, lavanda y planta, y los neutros, rosados y un toque de rojo para evocar la riqueza del fondo marino. Looks de lencería y vestidos con volantes que conviven con estilos casuales, creando así una mezcla entre aquello femenino y aquello masculino.



Guillermina Baeza

Especializada en moda de baño, ha presentado la nueva propuesta "Safari Journey" iniciando la tercera jornada de la semana de la moda catalana. Es una colección femenina, libre y conectada con la naturaleza que han lucido las modelos a las 12 del mediodía. Inspirada en la representación de un día de safari veraniego, nace con los nítidos contrastes de la salida del sol, con el denim en estado puro lleno de detalles silver. Llegando al zenit, ha rendido homenaje a la reina del Sol, con naranjas puros, tejas con hilos de oro en canalé y prints unificando colores, seguido de tonalidades de caqui y prints salvajes, tonalidades granates, malva, lila y gris.



Tod's

Reforzando la búsqueda de la marca por la simplicidad y el lujo moderno en el diseño, para la colección de Tod's 2023 Pre-Spring, el director creativo Walter Chiapponi, ha creado una serie de uniformes urbanos que rediseñan elementos del vestuario masculino clásico con elegancia y feminidad. Estas prendas tradicionales incluyen una gabardina oversize, un traje de chaqueta y pantalón exquisitamente confeccionado, una camisa de hombre que se convierte en vestido, un discreto chaquetón, una pequeña cazadora bomber y una chaqueta safari con grandes y funcionales bolsillos. Los materiales y colores son poco convencionales e incluyen el ante morado, el cuero blanco tipo popelín, la suave napa roja de plongé, los patchworks de tela vaquera desgastada, tejidos de lino y cáñamo de mimbre y rayas étnicas. Inspirada en los años 90, la sencillez de las siluetas minimalistas y andróginas se combinan con un sentido rico y esencialmente femenino de la textura y el alarde de efectos tridimensionales, mostrando una sensación claramente artesanal.



Sandro

Para la colección Primavera-Verano 2023, el estudio de diseño SANDRO ha imaginado el vestuario de un hippie urbano. No importa la época ni el estilo, ella



mezcla códigos e influencias sin pudor. Chic, cool, sexy, es todo a la vez; porque para ella, sólo importa el encanto.

De los años 2000, conserva sus icónicos pantalones cargo, que lleva con pasión, dejando al descubierto su ropa interior. Sus faldas son cortas y también sus tops. Los combina con chaquetas de tweed o jerseys de punto de cable. Si saca a relucir sus polos de tenis a rayas, no es para jugar al revés en las pistas, sino para retorcer los códigos preppy. En este espíritu ligeramente tomboyish, superpone el ultra-sexy de los años 90 con vestidos de punto ajustados o de satén con tirantes finos. Si sigue confiando en el estampado liberty, afirma su lado salvaje con el estampado de leopardo. Lo lleva en tonos naturales sobre una gabardina o una parka y lo imagina en destellos de fucsia o azul sobre vestidos sexys o conjuntos de camisa y pantalón corto.



Antik Batik

Para su colección Primavera/Verano 2023, ANTIK BATIK navega hacia la costa. Desde las arboledas de Amalfi con aroma a limón hasta las doradas puestas de sol de Mykonos, sea cual sea su destino, es verano y la seducción está a punto de estallar. Jóvenes amantes que se besan a escondidas bajo el cálido sol. Almas gemelas que se pasan la vida buscándose. Aquí, se reúnen de nuevo en la soñadora colección SS23 de ANTIK BATIK, en la que el caluroso romance veraniego está a bordo.

Gabriella Cortese, fundadora y directora creativa de ANTIK BATIK, nos lleva a una aventura exótica en los reinos de su imaginación, llena de referencias artísticas y brillantes matices vacacionales. Pasteles o ácidos, estampados o lisos, estructurados o drapeados... todo vale siempre que

desprenda seducción.

La colección es una oda a la alteridad, a la otredad que embelesa y hechiza. Los diseños están pensados para que se puedan lucir con un capricho individualista: chalecos que se llevan sobre la piel desnuda o encogidos sobre un traje de baño cuando se pone el sol. La blusa pasa de ser un top caprichoso a un vestido coqueto. El pantalón se baja más que nunca en un crop que se ajusta a la cadera, mientras que el pañuelo pierde su función primigenia de accesorio y se transforma en un estampado fluido que acaricia el cuerpo.

Marciano by Guess

Esta temporada, la colección Marciano SS23 inspira la aventura y el deseo de viajar con sueños de edenes lejanos, viajes nostálgicos y retiros junto a la playa. Siguiendo el ADN del estilo elegante y desenfadado de Marciano, esta colección promete looks chic y versátiles que pasan del día a la noche con encanto. Los estampados y los tejidos preciosos siguen estando presentes, junto con una paleta de colores veraniega y contemporánea. Las mujeres deslumbran con siluetas deslumbrantes de cortes femeninos y líneas modernas, mientras que las prendas masculinas son sobrias pero elegantes, con toques de sastrería, actitud de alto rendimiento y contornos limpios.



Guess Jeans

Sucumbe a la llamada de un lejano paraíso desértico con la colección GUESS Jeans SS23 bañada por el sol. Llena de encanto evocador y detalles veraniegos, esta colección seguro que te inspira ansias de viajar y soñar despierta. La mujer GUESS viste prendas femeninas y ligeras con detalles contemporáneos y siluetas favorecedoras. Por su parte, el hombre GUESS disfruta de un look relajado y veraniego, realzado con estampados tropicales y combinaciones de colores inspiradas en el desierto.



Tous

Tous, la firma joyera que hace brillar la creatividad y la autoexpresión, abre las puertas de su tienda insignia en Madrid, con la que presenta una nueva experiencia de compra en la que el cliente está en el centro.

La compañía, que en septiembre presentó su evolución de marca, durante el último mes, ha realizado las obras de remodelación su tienda en calle Serrano 50, para transformarla en un punto de encuentro en el que estilismo y creatividad son los protagonistas, a través de una nueva manera de experimentar la joyería.



Silvia Fernández

La diseñadora española Silvia Fernández inaugura su nuevo atelier en Ponferrada, la ciudad que la vio nacer.

En este nuevo Atelier, las futuras novias podrán vivir una experiencia única, al más puro estilo de los mejores restaurantes, donde podrán probarse los diseños de sus colecciones y ver en tiempo real como son elaboradas estas prendas tan exclusivas, así como crear junto a la diseñadora su vestido ideal.

Silvia Fernández Atelier, la firma del sector nupcial e invitadas nacida en Ponferrada en 2018 por un gran equipo de profesionales, la mayoría de ellas mujeres y, a la cabeza su diseñadora Silvia Fernández Álvarez surgió para cambiar los cánones establecidos a raíz de la entrada de la generación millennial en el sector, la cual busca diseños que cumplan todas sus expectativas y reflejen realmente sus personalidades.

Tras cuatros años de su nacimiento, Ponferrada da la bienvenida al que será el centro neurálgico de la firma Silvia Fernández incluyendo en él una gran novedad, la división de la tienda en dos espacios: Boutique y Atelier.

Este espacio de más de 1500 metros cuadrados que se trata de uno de los locales más emblemáticos de la ciudad acogerá el núcleo de la firma que alcanza las cinco tiendas físicas, más de 45 puntos de venta en España y más de 100 a nivel mundial, un fiel reflejo de su apuesta por el crecimiento y la expansión.

El diseño y la personalización a mano de sus prendas son sus pilares centrales de negocio, todo ello basado en el amor por los detalles, la pasión por el trabajo bien hecho y la ilusión de coser el sueño de cada mujer y formar parte de un momento inolvidable de sus vidas de forma accesible.



Desigual

Desigual fortalece su presencia en París con la apertura de dos nuevas tiendas. La marca ha apostado por localizaciones premium, desembarcando en dos de los barrios más emblemáticos de la capital: Le Marais y Saint-Germain-des-Prés. Los nuevos establecimientos se suman a los 30 puntos de venta ya existentes en Francia, uno de los mercados principales para la compañía.

Con estas aperturas, Desigual apuesta por tener presencia en las calles más relevantes de Francia, como ya hizo en las principales vías de Burdeos y Estrasburgo. La influencia de una de las capitales de la moda se ha dejado notar también a nivel creativo a través de la reciente colaboración con el talentoso diseñador francés Alphonse Maitrepierre. Tras colaborar en casas como Chanel y Jean Paul Gaultier ha lanzado su propia marca y colabora con Desigual por primera vez con una cápsula lanzada en el marco de la reciente Semana de la Moda de París.

Desigual despliega una vez más su concepto de tienda galería de arte, diseñando el espacio físico para que las prendas sean las protagonistas. Los clientes tendrán la oportunidad de descubrir las nuevas colecciones a través de espacios diáfanos donde la iluminación, el mobiliario y la distribución están pensadas para destacar las diferentes categorías. Así, se ofrece una experiencia de compra mejorada, manteniendo la esencia parisina y la belleza tradicional de los mismos edificios donde se encuentran las tiendas.

Desigual desembarcó en Francia en 1993 y a lo largo de la década de los 2000 logró consolidar su presencia en el país. Conocida mundialmente por ser cuna de grandes diseñadores, Desigual está unida al mercado por una de las colaboraciones más emblemáticas, la de Mr. Christian Lacroix, con quién ha lanzado colecciones e historias de inspiración en los últimos 10 años.



Kiabi

Kiabi continúa cumpliendo su ambicioso plan de expansión, que se materializa en esta ocasión con la apertura de la que será su quinta tienda en territorio canario, y lo hará en el nuevo Centro Comercial OPEN MALL, situado en una localización privilegiada de la isla de Lanzarote.

La firma francesa, estandarte de la moda para toda la familia, aterriza por primera vez en la isla y lo hace en un enclave estratégico, un nuevo Centro Comercial que se convertirá en el epicentro de las compras gracias a su inmejorable situación. Con más de 35.000 metros cuadrados, OPEN MALL estará situado en la rambla medular de Arrecife, contará con 92 operadores y 980 plazas de parking para que todos los lanzaroteños puedan realizar allí sus compras.

La nueva tienda Kiabi, fiel a su concepto Full Family, será, sin duda, de visita obligada para las familias de la isla; en ella podrán cubrir todas sus necesidades en cuanto a moda se refiere, gracias a su amplio catálogo de prendas, accesorios y calzado. Las colecciones de hombre, mujer, niño y bebé a precios asequibles tendrán presencia en esta tienda de más de 1.000 metros cuadrados que, además, contará con todos los servicios ya implementados con éxito en otras tiendas.

Así, este nuevo Kiabi contará con el espacio Click and Collect o la reserva web sin pago, y dispondrá además de cajas con el servicio Self Check Out para agilizar las compras y mejorar el confort de sus clientes.

Belén Bajo

Belén Bajo lanza su colección de Plata Wermeil, plata con un baño de 2 micras de oro de 18K y piedras semipreciosas. Precio desde 92 euros hasta 147 euros.

Belén Bajo tiene un showroom/ taller precioso en la Gran Vía madrileña. Además todo lo produce de forma totalmente artesanal en un taller de Córdoba. Vende por toda España y ahora quiere dar el paso fuera de nuestras fronteras.

El trabajo de las colecciones de la diseñadora se caracteriza por no tener dos piezas iguales; el color, las formas y la gemología viven en cada una de sus creaciones, a las que ella misma define como "pequeñas esculturas"



Desigual

Desigual lanza su primera colección de joyería. Se trata de una serie de 57 piezas, con baño en oro de 18 quilates o plata de 1ª ley, que han sido diseñadas por Gala Meyer. Con esta nueva línea, la marca consolida su apuesta por la calidad y los diseños diferentes y audaces, que expresan la personalidad de quien los elige y los lleva.

La colección se comercializará online en desigual.com y en cuatro puntos de venta: las flagship stores de Desigual en Madrid (Preciados, 25) y Barcelona (Plaça Catalunya, 9), en la tienda de la T1 del aeropuerto de Barcelona y en la del Passeig de Mare Nostrum (en los bajos de la sede corporativa, frente al mar).

Las piezas, diseñadas desde una perspectiva agender, apelan a personas que quieren demostrar su singularidad, tanto si ya forman parte de la comunidad Desigual como si conectan a través de ellas por primera vez con la marca.

Anillos, pendientes, colgantes, chokers y brazaletes configuran esta colección, en la que predominan elementos como corazones que parecen derretidos, texturas modeladas a mano, mariposas abstractas y hasta mensajes en español como "amar hasta arder" o "deshacerse amando".



UNOde50

UNOde50 desvela HYPNOTIC, la nueva colección de la marca que representa el poder de la atracción, entendida como un conjunto de cualidades extraordinarias que resultan agradables y que despiertan deseo e interés de forma poderosa y fascinante.

El concepto de atracción se traslada al icónico metal de la marca bañado en plata de ley y a los cristales facetados, entrelazados como las escamas de un reptil en joyas que pretenden causar fascinación y que buscan atraer la atención de manera irresistible, como la mirada de una serpiente, hipnótica.

Además, esta colección tiene un valor añadido: un collar y una pulsera de Edición Limitada bañada en oro de 18 quilates, que estarán a la venta en tiendas seleccionadas de la marca en todo el mundo y en su e-commerce.

Esta Edición Limitada está diferenciada con respecto al resto de su colección por un candado numerado en su cierre, ya que solo existen 50 unidades de cada pieza. De este modo, la marca rinde homenaje a sus orígenes, ya que las primeras colecciones de UNOde50 estaban formadas únicamente por 50 unidades de cada diseño que, tras el éxito internacional, evolucionaron y se configuraron tal y como las conocemos ahora.

UNOde50 se mantiene fiel a sus principios: continúa produciendo artesanal e íntegramente en España todas sus piezas, acabadas a mano, para conseguir el efecto singular y cargado de personalidad que caracteriza sus diseños.



Alma en Pena

Botines repletos de preciosa pedrería. La pura esencia alma en Pena. con flecos, tacón de aguja, tacón ancho, planos, con pelo...

Los botines Orion disponibles en varios colores y con un dibujo de pedrería único. El modelo Vegí, misma belleza distinto tacón.

Pegasus, los botines cowboy más deseados. Una fusión perfecta de flecos y pedrería.

El modelo Austria, botines que te encantarán para los días frío de invierno por su interior de pelo y su exterior de pedrería brillante.



Just Ene

La firma española de zapatos Just Ene lanza su colección 'Couture' y llega dispuesta a enamorarte con sus tacones joya. 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.

Además de ser zapatos únicos, la confección de estos requiere de un tiempo y delicadeza especial para colocar minuciosamente los lujosos materiales que se emplean para su creación y reflejan a la perfección la excelencia de la artesanía y el savoir-faire que se convierten en los pilares principales de esta colección.



Cortana

Sensibilidad y armonía. Amaderado y de carácter intenso, este perfume envuelve en la sensualidad del vetiver, su nota predominante.

Al aceite esencial de vetiver se le atribuyen propiedades relajantes a la vez que estimula la actividad cerebral, favoreciendo la concentración y creatividad.

La lavanda, otra nota presente en esta sinergia, puede influir en reducir el estrés y encontrar soluciones creativas a los retos diarios.

Con una base de aceite de jojoba, que se absorbe con facilidad sin dejar sensación grasosa, destaca por su alto nivel de antioxidantes.

Al perfume se suma un aceite corporal hidratante y apto para todo tipo de pieles.

Los ingredientes de ambos son 100% naturales y provienen de la agricultura ecológica.



Thomas Sabo



La colección Heritage de THOMAS SABO celebra la alegría de vivir en todas sus facetas para la temporada primavera/verano de 2023 con un color que no puede ser más rotundo: el rosa. Además, este fabricante de joyas y relojes lanza también la línea Sparkling Circles, que apuesta por la perfección y la sencillez. La nueva línea Heritage Pink es una fascinante combinación entre atemporalidad y un color de tendencia con elegantes

diseños. El color rosa, impactante y cálido, brilla en tallas octogonales facetadas minuciosamente a mano decorando delicadas cadenas, pendientes colgantes y magníficos anillos de cóctel realizados en plata de ley 925 pulida. El color rosa brilla más intensamente en combinación con la circonita blanca y aporta un toque muy atractivo a cualquier look.

El círculo representa la unidad y la perfección, por eso este símbolo clásico decora toda una línea de THOMAS SABO: Sparkling Circles. Los diseños sobrios y a la vez realizados con todo lujo de detalles dan un aire atemporal a las piezas, realizadas en plata de ley 925 con baño de oro rosa de 18 quilates. Los círculos de diferentes tamaños son los protagonistas de esta línea, que integra la inscripción de THOMAS SABO a modo de grabado decorativo. Las brillantes circonitas de talla circular también decoran de forma espectacular el exterior del cuerpo de los anillos y ponen de relieve el carácter elegante de esta línea.

Swarovski

Inspiradas en la cultura del skate de Los Ángeles (California), las Super-Star fueron las primeras zapatillas Golden Goose que incorporaron la icónica estrella de la marca, un concepto imaginado durante una visita al skatepark de Venice Beach. Para esta colaboración, el diseño original de la Super-Star se ha transformado con un deslumbrante maquillaje de Swarovski.

El diseño rosa está hecho a mano en ante rosa con una estrella en piel blanca, lengüetas e inserciones en el talón en ante hielo y un adorno de cristales rosas por toda la zapatilla. El segundo par está hecho a mano en piel blanca con estrellas de ante, lengüetas e inserciones en el talón y un adorno integral de cristales transparentes. La gran variedad de cristales aplicados a mano en diferentes formas y tamaños aporta un volumen y un impacto extra a estos estilos tan destacados.



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

Según palabras de la directora de la próxima edición de MBFWMadrid, Ana Rodríguez, "es una gran satisfacción ver reconocido el trabajo realizado por el equipo de Comunicación de IFEMA MADRID para la pasarela en el que se integra el expertise de Annie Bonnie en estrategia digital. Ello nos ha permitido destacar en los Luxury Awards en la categoría de Mejor Eficacia en Campaña de Redes Sociales y Mejor Ejecución en Acción Viral Online 2022".

Albert Núñez i Quadrat, Flor Algodón 2022

La Flor del Algodón, distinción creada hace más de 30 años, se concede este año a D. Albert Núñez i Quadrat.

Albert Núñez, abogado y asesor laboral del textil desde hace muchos años en representación de AITPA y del CONSEJO Intertextil Español, destaca por sus conocimientos y brillante labor e implicación con el sector textil, gestionando los convenios colectivos y conjugando las diferentes sensibilidades e intereses de los diversos subsectores textiles. Reconocido y respetado por asociaciones empresariales y organizaciones sindicales, Albert Núñez es un referente en la negociación colectiva de las últimas décadas.

La Asociación textil algodonera distingue cada año con este símbolo representativo de la materia prima con la que trabajan mayoritariamente las empresas del sector, a aquellas personas o entidades que se han destacado por su contribución a la mejora del entorno económico y social de las industrias textiles algodoneras, en sintonía con el espíritu que impulsa a su asociación representativa.

Hoff presenta su primera colección de bolsos de mano de Ana Boyer

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

La socialité se ha trasladado hasta Barcelona, ciudad en la que la firma ilicitana inaugura al mismo tiempo la apertura de su nueva tienda, para presentar en exclusiva una línea de accesorios lifestyle. Ana Boyer ha posado para los medios de comunicación a los que ha afirmado: "Hoff es una marca que a mi me encanta y estoy muy feliz de estar aquí". Junto a ella se han unido otras personalidades como el artista Aldo Comas, quien ha realizado durante el evento una performance en vivo, y la DJ Amanda Portillo, encargada de amenizar la velada con su música.

Durante el evento, Ana Boyer ha lucido el modelo Charleston de sneakers así como el modelo Gallery shoulder, uno de los bolsos de la nueva colección de Hoff.



Premios 2022 de innovación al talento joven

En la VIII edición de los Premios de innovación al talento Joven, el jurado ha concedido:

Primer premio a Jordi Soler Molina por su trabajo: Estudio y desarrollo de un nuevo proceso de tintura mediante celulosa nanofibrilada (NFC).

Por la calidad de su trabajo en diversas dimensiones, desde la claridad en la exposición de los objetivos hasta la precisión en la reflexión y la evaluación de los resultados obtenidos. Es una buena muestra del tesón del sector textil en la continua investigación de métodos de tintura que optimicen el consumo de recursos, para ser más sostenibles desde los inicios de la cadena de valor. Las cifras de reducción de agua en el consumo de agua son altamente esperanzadoras.

El segundo premio ha recaído en Mario Leiva Aranda, por su trabajo: Fibras conductoras: Creación/ desarrollo de un detector de humedad tejido con hilos conductores.

Por la tecnología electrónica de los e-textiles con la voluntad de desarrollar aplicaciones útiles. El trabajo, de marcado carácter experimental, no se limita a introducir los sensores en el tejido si no que su valor más importante está en la profesionalidad de la evaluación del sistema tanto en términos de eficiencia como e resistencia al lavado, la abrasión, etc.

En la presente edición, el Jurado ha decidido premiar la trayectoria innovadora de la empresa SELVAFIL, S.A cuya actividad se centra en la fabricación de hilos técnicos para aplicaciones especiales.

SELVAFIL, S.A. fundada en 1973, cuenta con unas amplias instalaciones y una maquinaria muy especializada, fruto de sus constantes esfuerzos en el área de I+D, que le permite fabricar hilados técnicos de fibras especiales con un alto nivel de calidad.

Esta búsqueda constante de fibras especiales e innovadoras ha permitido realizar nuevas combinaciones que aportan propiedades distintas y/o mejoradas, creando un producto diferencial que reúne las especificaciones técnicas, sostenibles e innovadoras que demanda el mercado.

20ª Edición del Premio Mercedes-Benz Fashion Talent

La historia del premio de Mercedes-Benz Fashion Talent es la historia de infinidad de sueños cumplidos. Jóvenes diseñadores que, en muchas ocasiones, desfilan por primera vez en una pasarela y que en unos minutos deben demostrar meses de duro trabajo. Veinte ediciones después, el galardón sigue siendo un ejemplo de compromiso con el futuro de la moda española. Desde febrero de 2013, la marca de la estrella continúa ayudando a los creadores emergentes a luchar por sus sueños.

Un certamen que recompensa la creatividad, el talento, la innovación y la capacidad de demostrar que otra moda es posible. Más sostenible, más consciente y con personalidad propia. Celebrando su 20ª edición, Mercedes-Benz ha reunido a tres de sus antiguos ganadores para recordar sus experiencias, emociones y sentimientos tras recibir el galardón. David Méndez (Outsiders Division), David Catalán y Célia Valverde (CÉLIAValverde) han protagonizado el encuentro "Mercedes-Benz Fashion Talent Memories", viaje al pasado en el que estos tres soñadores han compartido esos buenos recuerdos que atesoran de su experiencia tras hacerse con el ansiado galardón.

Entre las muchas anécdotas compartidas, Célia Valverde comentaba que el mejor recuerdo sin duda es "la recompensa de todo el trabajo y esfuerzo realizado previo a la colección y el poder disfrutar del premio en compañía de tu familia y amigos en Mercedes-Benz Fashion Week Madrid".



Ifema Madrid sitúa a Ana Rodríguez al frente de MBFWM

Ana Rodríguez, profesional de larga trayectoria al frente de los eventos de moda y tendencias de IFEMA MADRID, pasa a hacerse cargo de la organización de Mercedes Benz Fashion Week Madrid.

IFEMA MADRID ha designado una persona con perfil especializado en la organización y dirección de convocatorias de moda, para incorporarse a la gestión de un evento de amplio reconocimiento como es la MBFWM y asumir y profundizar en los objetivos estratégicos de internacionalización, profesionalización y digitalización que tiene ante sí la gran Pasarela de Moda de España.



Tous realiza un nuevo movimiento estratégico y crea el rol de Digital Strategy, Insights & Innovation Director

Tous realiza un nuevo movimiento estratégico y crea el rol de Digital Strategy Insights & Innovation Director, que se incorpora al Comité Ejecutivo y reporta directamente al CEO, Carlos Soler-Duffo. Este fichaje responde a una nueva visión en la que el área digital toma un rol transversal, trabajando sobre tres grandes ejes: innovación, consumer insights y omnicanalidad. Desde el área se impulsará la anticipación de tendencias y la exploración de nuevas fórmulas de conexión con el consumidor.

Xavier Rebés, que llega a Tous de CaixaBank, dónde ocupaba la posición de Director of Digital Strategy and New business, aporta una extensa trayectoria en compañías como Oliver Wyman, ValueClick o PwC, en el ámbito de innovación, transformación y digitalización.

Carlos Soler-Duffo, CEO de Tous, afirma que: "La incorporación de Xavier es clave para alcanzar nuevas metas en digitalización y en otros ámbitos como la innovación, así como un mayor conocimiento de las expectativas de nuestros clientes actuales y futuros".

Por su parte, Xavier Rebés, Digital Strategy, Insights & Innovation Director de Tous, destaca: "Tous es una marca emblemática que está impulsando un proceso de transformación apasionante del que me encanta poder formar parte y contribuir".

Ana Fernández, embajadora de Kidult en España

Kidult, la marca que ha conquistado Italia con sus joyas cargadas de significado, ha presentado hoy en Madrid a su embajadora, la actriz española Ana Fernández.

La celebrity ha contestado a las preguntas de la prensa sobre los valores que la llevaron a su elección, luciendo una combinación de joyas de la marca que representan a la perfección su "Círculo de la Vida".

Ana se ha mostrado feliz de ser la embajadora de Kidult en España pues, según sus propias palabras, Kidult refleja perfectamente su carácter optimista, soñador y apasionado.

La actriz confiesa que siempre se ha dejado llevar por sus emociones, tanto en el terreno personal como profesional, y por eso agradece la oportunidad de colaborar con una marca que ha hecho de las emociones su ADN y que refleja su personalidad y es capaz de transmitir con sus piezas lo más importante de su vida: el amor, la amistad, la familia, la gratitud....



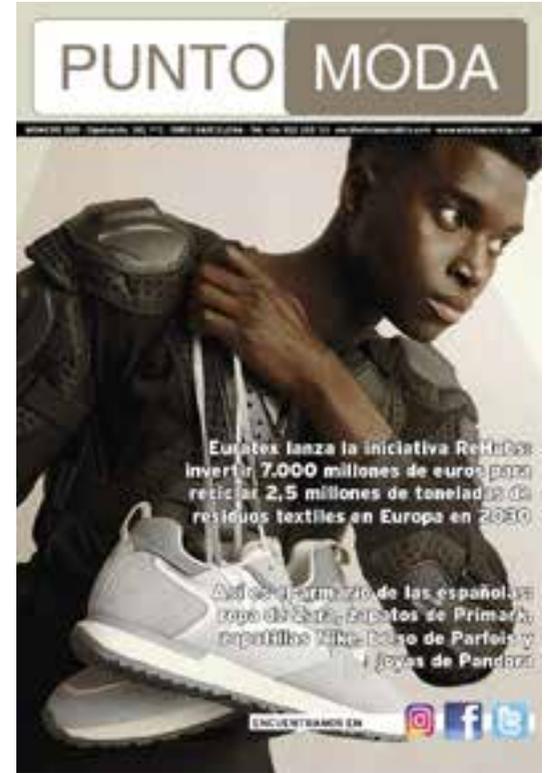
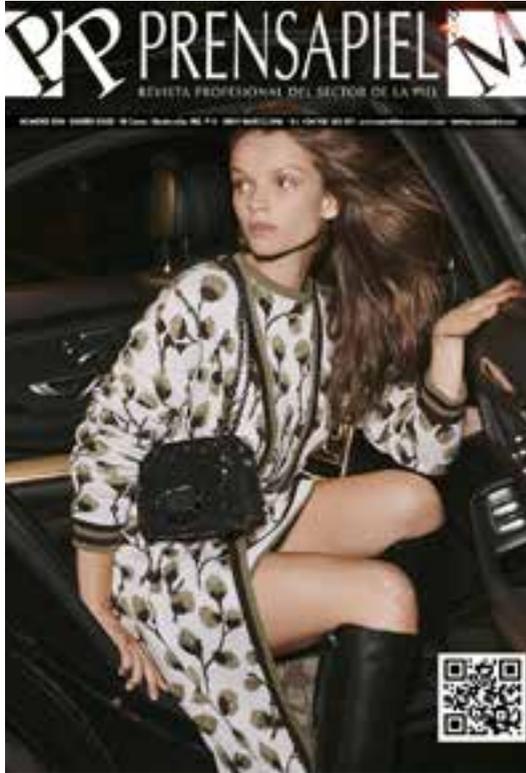
Dolores Cortés, una de las galardonadas en los Premio 9 de Octubre

Como cada año, la Generalitat Valenciana reconoce a los valencianos más ilustres con los Premios 9 de Octubre, Día de la Comunidad Valenciana.

Y, entre los premiados de esta edición, estaba Dolores Cortés, fundadora de la empresa textil, especializada en moda de baño que lleva su nombre. Fue su hija, Dolores Font, quien lleva ahora las riendas de la empresa y el diseño de sus productos, la encargada de recibir tan alta distinción. En el acto de recogida de estos galardones, Font puso en valor el trabajo de toda una vida de una persona tan especial como su madre "en todos los sentidos". Una mujer que, en plena postguerra, siendo huérfana, muy joven y que también había perdido su casa, decidió empezar con su propia empresa.

Una empresa que, a lo largo de más de seis décadas, se ha convertido en referente, tanto a nivel empresarial (reconocido, por ejemplo, con el Premio Nacional a la Pequeña y Mediana Empresa de la Industria del Sector Moda en 2017), como a nivel de imagen, gracias a su presencia continuada en los desfiles de verano de la MBFW Madrid, o en los desfiles de la pasarela especializada en la moda de baño, Moda Cálida.

Este premio es un reconocimiento más a una empresa que está presente en más de 15 países a nivel internacional y con una gran implantación en el territorio nacional. Todo ello iniciado, hace más de 60 años por Dolores Cortés.



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:

