

PUNTO

MODA

NÚMERO 337 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

Tres diseñadores de
Moda Cálida participan
por primera vez en
Barcelona Bridal
Fashion Week

Camper lanza
ReCamper, una
apuesta por alargar
la vida útil
de sus zapatos



ENCUENTRANOS EN





EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL SECTOR TEXTIL

Barcelona Textile Expo 2023

Exposición internacional de tejidos & telas

23-25 de mayo de 2023,
10 AM-18 PM

Fira de Barcelona
Hall 2



TEXTILEXPO
BARCELONA





Nuestra Portada:
Carhartt WIP by Awake NY

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.



OTYM traslada las inquietudes de la industria a la eurodiputada Inmaculada Rodríguez

La Eurodiputada Inmaculada Rodríguez-Piñero visitó el pasado 21 de marzo varias empresas textiles de las comarcas del interior de Valencia para conocer la realidad de la industria y posteriormente mantuvo una reunión vía online con los integrantes del Observatorio del sector Textil y Moda de España, en la sede de ATEVAL, en Ontinyent.

El encuentro sirvió para explicar la Estrategia Textil Europea sobre la circularidad y la sostenibilidad de los productos textiles. Durante su visita, los representantes empresariales aprovecharon la ocasión para poner sobre la mesa los principales retos que afronta la industria textil en busca de encontrar soluciones efectivas y líneas de cooperación.

La Comisión Europea quiere acabar con el blanqueo ecológico de las falsas etiquetas medioambientales

La Comisión Europea ha propuesto a últimos del mes de marzo, criterios comunes contra el blanqueo ecológico y las declaraciones medioambientales engañosas. Con arreglo a la propuesta presentada, los consumidores disfrutarán de mayor claridad y de una garantía más sólida de que, cuando algo se venda como ecológico, lo sea de verdad, y de una información de mejor calidad para optar por productos y servicios respetuosos con el medio ambiente.

Las empresas también saldrán ganando, porque los consumidores podrán reconocer y premiar aquellas que hagan un verdadero esfuerzo por mejorar la sostenibilidad medioambiental de sus productos y podrán así estimular sus ventas, en lugar de sufrir una competencia desleal. De este modo, la propuesta contribuirá a establecer unas condiciones de competencia equitativas en lo que respecta a la información sobre el comportamiento medioambiental de los productos.

Así fue el primer encuentro cara a cara de las nuevas SCRAP del textil y el calzado

Conama Local 2023, el encuentro de pueblos y ciudades por la sostenibilidad organizado por la Fundación Conama y el Ayuntamiento de Zaragoza, entró de lleno en su segunda jornada la semana pasada con un tema central: la economía circular y su implantación en los municipios españoles.

A lo largo de toda la jornada, se sucedieron diferentes paneles y mesas de trabajo entre los que destacó la primera reunión conjunta de las recién creadas asociaciones para la gestión de los residuos textil y de calzado, Las entidades que van a ser el embrión de los nuevos SCRAP (Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada del Productor) como lo son ahora Ecoembes o Ecodrio, en sus respectivos sectores.

La Junta de Andalucía pone en marcha planes de impulso para fortalecer el textil y calzado, entre las cinco industrias estratégicas andaluzas

El Consejo de Gobierno ha tomado conocimiento de la puesta en marcha de cinco planes de cadena de valor CRECE Industria correspondientes a cinco sectores estratégicos para Andalucía como son la madera y el mueble, la química básica y aplicada, el sector textil, cuero y calzado, la industria metalúrgica y la industria de la edificación o construcción industrializada.

Estos cinco planes se enmarcan bajo el paraguas del plan CRECE Industria, que contempla el desarrollo de las principales cadenas de valor de bienes y servicios industriales para aterrizar las medidas de fomento e impulso en los diferentes sectores y ámbitos de desarrollo industrial, y fijar valor a los territorios mediante una visión integral que abarca el ciclo de vida completo de los bienes o productos industriales.

La Misión NextFashion LATAM-EU facilita que un grupo de empresarios de Colombia y Perú conozcan de primera mano el ecosistema español de moda y textil

La Misión NextFashion LATAM-EU se reunió a mediados de marzo con la Cámara de Comercio de Madrid, Casa de América, los Ministerios de Transición Ecológica y de Turismo.

También asisten a sesiones de networking en la sede de ASECOM y en IFEMA.

La misión se enmarca en la iniciativa "Sostenibilidad en el sector Moda para su internacionalización" financiada por la Comisión Europea dentro del Programa de Cooperación Triangular de Adelante 2, con un presupuesto total de 182.696 euros.

Esta visita de estudio se engloba en la línea estratégica NexTextileGeneration de la Fundación Finnova, que recoge iniciativas y proyectos que trabajan en pro de la industria textil y de la moda sostenible.

Mango lleva su concepto New Med a Alicante con la renovación de su flagship en la Avenida Maissonave



La compañía reabrió a finales de marzo este punto de venta de 1.000 m2 que cuenta con productos de las líneas Woman, Man y Kids tras un proceso de reforma para convertirlo en el primero de la ciudad en presentar la imagen New Med.

El concepto New Med de Mango pretende reflejar el espíritu y la frescura de la marca y tiene una fuerte influencia de la cultura y el estilo mediterráneos.

Hug&Clau se instala en Toledo y rediseña su espacio de Barakaldo



Hug&Clau sigue focalizada en el retail. Hace pocos días inauguró su nueva tienda en el Centro Comercial Luz de Tajo de Toledo, y en breve lo hará en otras ubicaciones como Bonaire en Valencia o Jaén, que le permitirán alcanzar la veintena de espacios propios repartidos por la geografía española. Además, la marca española sigue apostando en paralelo por el rediseño de sus puntos de venta con la inminente reapertura de su local del centro comercial Max Center de Barakaldo en Vizcaya.

Carrefour abre nuevos espacios en sus hipermercados de Móstoles y Tarrasa para impulsar el textil de segunda mano



Carrefour continúa impulsando el textil sostenible con la apertura de dos nuevos espacios para la venta de ropa de segunda mano en los hipermercados de Móstoles y Tarrasa. La compañía cuenta desde 2021 con dos corners en Madrid y Barcelona y desde la apertura de esos dos primeros puntos de venta, ha comercializado más de 7.500 prendas, fomentando la economía circular.

Silbon apuesta por Málaga con la apertura de una quinta tienda en el Centro Comercial La Verónica en Antequera



El reto de la compañía pasa por llegar a 70 tiendas en el ejercicio 2023 y el propósito es seguir creciendo de los 28 millones facturados en 2022 hasta alcanzar los 40 en el presente ejercicio.

KIABI avanza imparable con su ambicioso plan de expansión y aterriza con su cuarta tienda en Sevilla, ubicada en Way Dos Hermanas



Fiel a su concepto FULL FAMILY y con diseño KUB STYLE, el nuevo Kiabi de Dos Hermanas contará con su oferta de moda al completo en sus más de 1.400m2 de superficie. Las colecciones de hombre, mujer, niño y bebé a precios asequibles tendrán presencia en esta nueva tienda, que aterriza además con todos los servicios ya implementados anteriormente con éxito.

Naf Naf inaugura su primera tienda en Madrid y prepara su expansión en el mercado español



La marca francesa ha abierto su primera tienda en la capital para celebrar 50 años de historia de la marca, donde ha presentado sus nuevas colecciones primavera/verano 2023.



ESPECIALISTAS EN
ZAPATILLAS URBANAS



Foot on Mars
sneaker store



@FootOnMars



www.footonmars.com

Diseñada por ella, modelada sobre su cuerpo: así es la primera colección de Nathy Peluso con Desigual



Desigual lanza este mes de abril su primera colección diseñada con Nathy Peluso. Se trata de una edición limitada, que estará disponible online y en puntos de venta seleccionados.

Carhartt WIP vuelve a colaborar con Awake NY



La colección sigue la evolución natural de una larga amistad entre ambas marcas, y en ella se combinan las siluetas resistentes y utilitarias de Carhartt WIP con los estampados y atrevidos bordados característicos de Awake NY.

Pronovias se inspira en el verano de la Provenza para su nueva colección de invitada



La nueva colección de vestidos de fiesta "The Age of Innocence" by The Party Edit cuenta con 43 piezas inspiradas en los paisajes bucólicos del sur de Francia, con colores impresionistas, diseños estampados y tejidos suaves con movimiento.

Herno presenta su colección Laminar SS23



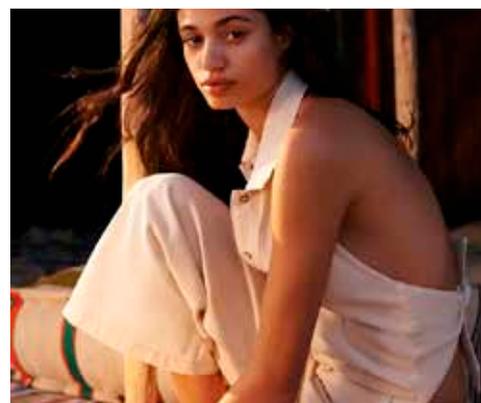
La línea divisoria entre una prenda de exterior y una de ciudad es uno de los ejemplos más exitosos de las últimas tendencias en moda. Esta línea fue cruzada por Herno hace unos 10 años con Herno Laminar.

Carlota Barrera presenta Fall Winter 2023 "UPHEAVAL" simultáneamente en Londres y Madrid



Carlota Barrera presenta la colección FW23 con un Fashion Film en sus dos ciudades de referencia, Londres y Madrid. El reloj marca las 12h, el film se emite en streaming en la plataforma de London Fashion Week al mismo tiempo que se abren las puertas de su nuevo estudio en Madrid para presentar la nueva colección.

Pepe Jeans London lanza la campaña SS23



La campaña SS23 se ha llevado a cabo en una de las ciudades más reconocidas de Marruecos, Marrakech.

ITALIA

en BBFW 2023 | Pabellón 2



madeinitaly.gov.it



Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation



ITALIAN TRADE AGENCY

Eurofragrance logra en 2022 un fuerte crecimiento y alcanza los 113 M€ en ventas



Eurofragrance, la multinacional de fragancias, cerró 2022 con un volumen de ventas de 113 millones de euros, lo que supuso un incremento del 21 % respecto al año anterior. Los resultados positivos de la empresa en mercados clave ayudaron a mitigar el impacto del incremento de precios en materias primas. El fuerte crecimiento de la región de IMEA (India, Oriente Medio y África, destacando el de India), Turquía, América Latina y España, contribuyeron a que Eurofragrance pudiera alcanzar sus objetivos de 2022 de manera exitosa. Además, la región de Asia-Pacífico

también tuvo una contribución notable.

El CFO de Eurofragrance, Juan Ramón López Gil, afirma que este crecimiento y los buenos resultados asociados han sido posibles gracias a aunar esfuerzos para la mejora de costes y eficiencia interna de la compañía, a través de un plan de mitigación para minimizar el impacto de la subida de costes de materias primas. Dicho plan incluyó también el traslado de una parte de esa fuerte subida de costes a los clientes.

El aumento de ventas en 2022 también se debe a las nuevas cuentas de clientes y proyectos conseguidos. Según el CEO de Eurofragrance, Laurent Mercier: “Un año más, hemos alcanzado un resultado récord. Y esto es, en gran parte, gracias a nuestra estrategia ‘Vitality’, en cuanto a las ventas de nuevos productos a clientes actuales y a las ventas a nuevos clientes, diseñada hace más de cinco años para activar nuestro crecimiento de negocio”.

Los resultados son prometedores en vistas al 2023, por lo que López Gil añade: “Los resultados de los primeros meses de este año nos indican una continuación de la buena tendencia experimentada en 2022 y muestran

como el fuerte crecimiento ha impulsado la rentabilidad del negocio. A pesar de la incertidumbre geopolítica, vamos a cerrar un exitoso primer trimestre”.

Eurofragrance lanzó en 2022 y a nivel global un programa integral de transformación y digitalización con el objetivo de responder a los cambios continuos en el mercado para seguir siendo una compañía competitiva y relevante. Laurent Mercier subraya: “Con una cultura orientada hacia los logros y los resultados nuestro lema es hacer ‘más con menos’ o hacer más ventas con menos iniciativas y con más foco”.

Debido al entorno cambiante, el objetivo principal de la empresa es ser más veloces, más ágiles y eficientes para seguir generando valor para todos sus colaboradores, reaccionar ante las condiciones del mercado en constante cambio y fortalecer las alianzas con sus partners.

La reciente promoción de Diana March como Global Director of Sustainability and Technical Compliance es una señal clara de que la compañía está comprometida con la sostenibilidad y que la considera un factor fundamental en la estrategia empresarial.

Tattoo Brow Gel 36hrs, el aliado perfecto de Maybelline New York para unas cejas nivel principiante



Las cejas son uno de los pasos que más se nos resiste en nuestra rutina diaria. Sin embargo, la falta de experiencia o de tiempo no debería determinar tu maquillaje diario, y mucho menos tu mirada.

Por ello, Maybelline New York presenta Tattoo Brow 36hrs Styling Gel, la nueva máscara de cejas de larga duración, a prueba de principiantes, con la que conseguir unas cejas rellenas y controladas en tan solo un paso.

Su fórmula vegana de fácil aplicación dura hasta 36 horas gracias a la tecnología tattoo

más resistente que planta cara al sudor y el agua. Además, cuenta con partículas de alta pigmentación que ofrecen un color modulable y duradero y unas cejas con protagonismo en una sola pasada.

DS LABORATORIES presenta Revita.CBD, el primer tratamiento formulado con CBD que evita la caída del cabello



CBD es Cannabidiol, un fitocannabinoide sin acción psicotrópica que se extrae de la planta del cannabis. En DS Laboratories® se utiliza el CBD de amplio espectro* que, además de contener Cannabidiol, tiene otros fitocannabinoideos no psicoactivos con acción sinérgica. A nivel tópico el extracto completo de CBD tiene propiedades antiinflamatorias y antioxidantes, y disminuye los radicales libres, luchando así contra el envejecimiento capilar.

Riva del Garda ^{ITALY}
17 → 20.06.2023

99TH EDITION

exporivaschuh
& gardabags
the fair that moves the world

Scan the code and visit our website!
www.exporivaschuh.it



#exporivaschuh #gardabags



Riva del Garda Exhibition Center
info@exporivaschuh.it | (+39) 0464 570153

Organized by
 Riva del Garda®
Fierecongressi

In cooperation with



Yamamay presenta una nueva colección cápsula dedicada a las futuras novias



Romanticismo y elegancia caracterizan todas las piezas de la colección "Miss White", realizadas en satén y encaje con detalles brillantes.

La cápsula incluye un corpiño, un sujetador carioca, un sujetador push up, una braguita brasileña, un slip de cintura alta y un liguero.

Esta línea se puede combinar fácilmente con el camisón y el slip dress Yamamay Orchidea.

Ambas líneas ya están disponibles en www.yamamay.com y en todas las tiendas Yamamay en España.

Mur Swimwear presenta una nueva colección de baño sostenible que refleja la belleza de los océanos



Es en los océanos donde Mur Swimwear consigue sus tejidos, elige sus colores y transforma su movimiento en bikinis y trajes de baño básicos pero singulares.

La firma extrae elementos de la vida submarina que ha incorporado a sus prendas con sus estrellas de mar bordadas, peces, plantas acuáticas, estampados de bancos de peces y espinas.

Su creatividad va de la mano de artistas que, como MUR, encuentran su fuente de inspiración en el mar.

Es el caso de los cuadros de Kiku Poch, buceador incansable que traduce con su mirada la explosión de color de sus peces en cuadros de enorme formato.

Sus lienzos son reflejo de la belleza de los océanos y sus prendas de baño son una invitación a reflexionar sobre la importancia de su preservación.

Una colección como la serie "Somos mar" de Kiku Poch cargada de colores explosivos como el lila, marrón, fucsia, verde y un azul intenso.



STEPPING STRONG
STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM

Ellesse desvela su nueva campaña “Visionaries”



Impulsada por un grupo diverso de creativos visionarios, Ellesse rinde homenaje a las personas que definen una mentalidad ganadora en sus propios términos y aprovecha el poder de la colaboración.

PUMA y Cristina Pedroche presentan FOREVER. CRISTINA.



Este atrevido estampado entiende la feminidad en un sentido más salvaje, representando a una mujer que es segura de sí misma, con gran personalidad y que ruga sin miedo en mitad de la jungla para que se oiga su voz.

La marca con la que aprendiste a nadar será la que no te quieras quitar este verano en la playa: Arena



Reconocida en todo el mundo por sus productos de alta calidad e innovación en el mundo de la natación. Arena se ha posicionado como una firma a la vanguardia en el desarrollo de soluciones avanzadas para los deportistas.

Le Coq Sportif abre pop up boutique en La Roca Village



La boutique temporal estará abierta hasta el mes de mayo y tendrá disponible los modelos icónicos de calzado y textil.

Roxy y Mizuno, unidos por el running



ROXY se ha asociado con la aclamada marca japonesa de ropa deportiva Mizuno para ofrecer dos conjuntos que te acompañarán desde los sprints junto a la playa hasta los paseos por tu parque favorito.

Columbia Sportswear anima a todos los senderistas a “hacer el cabra” con su nuevo calzado



Columbia lanza la Facet 75 Mid OutDry, que ofrece una tracción con hiper-agarre para los terrenos más difíciles.

El resultado es un producto que proporciona a los aventureros más tracción y apoyo para mantenerse en la ruta y escalar con confianza sobre terreno escarpado.



10°
Día 
Mágico

+

FIMI

12-14 MAYO
2023 >
valència · spain

fimi.es



Victoria vuela ligero con las nuevas WING



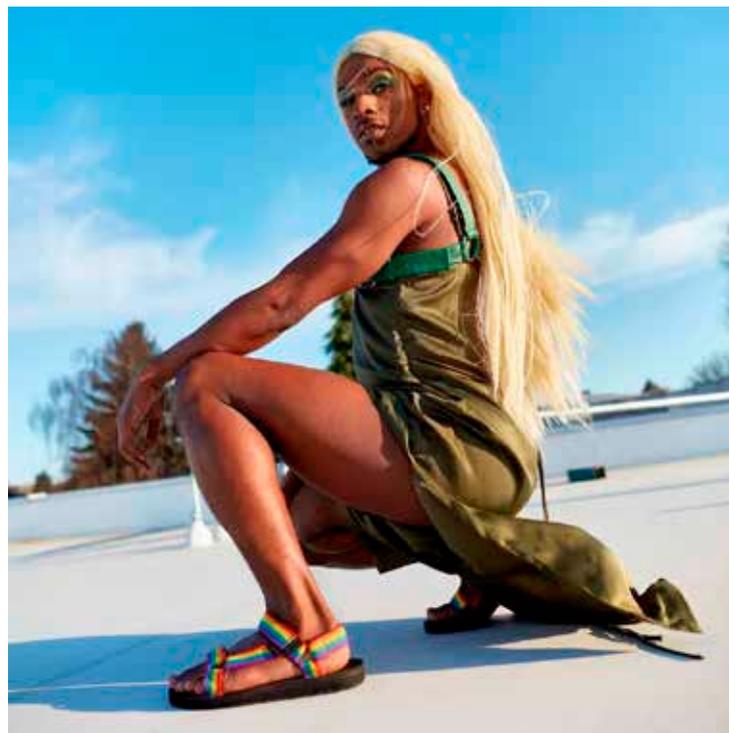
Esta sneaker está realizada en antelina y nylon con forro 100% microfibra y suela 100% caucho natural. Su ligereza y el carácter deportivo dan nombre a este modelo llamado a estar en el punto de mira de los insiders de la moda.

Timberland presenta sus nuevos y resistentes náuticos cosidos a mano 3-Eye Lug



Destacan los náuticos de hombre cosidos a mano 3-Eye Lug y los náuticos de mujer cosidos a mano Noreen 3-Eye Lug que cuentan con una resistente suela dentada para aportar mayor agarre y durabilidad, una parte superior elaborada con piel de primera calidad y plantillas EVA antifatiga para conseguir mayor comodidad para el día a día.

Teva presenta la colección que abanderará el amor sin etiquetas para celebrar el Orgullo LGTBIQ+



La marca Teva ha creado unos modelos de sandalias que rinden homenaje a la comunidad LGTBIQ+. Estas sandalias, que presentan la emblemática bandera de seis colores del arcoíris, son un llamado a la inclusión y la aceptación de la diversidad para abanderar el amor sin etiquetas.

Eva González estrena la primavera con un total look blanco y deportivas Pikolinos a la última



Eva se muestra feliz con la llegada del buen tiempo, disfrutando de los primeros días de la estación.

Para ello ha escogido un estilismo coordinado en tonos blanco roto compuesto por un pantalón de pinzas y un jersey fino de manga larga y cuello caja, que ha combinado con otra de las tendencias de la temporada: las deportivas troqueladas.

Con motivo del Día Mundial del Reciclaje, Camper lanza ReCamper, una apuesta por alargar la vida útil de sus zapatos



Desde sus orígenes, Camper ha apostado por utilizar materiales de máxima calidad para crear zapatos duraderos. Con el tiempo, y dada la situación actual, este compromiso ha ido más allá. Hoy la compañía también quiere asegurarse de que el ciclo de vida de sus zapatos no se termine prematuramente.

Por eso, lanzan ReCamper, un concepto que representa el compromiso de Camper con la circularidad y que engloba todos los servicios que ofrecen para alargar la vida de sus zapatos: reparándolos, reutilizándolos o reconvirtiéndolos en otros zapatos y desarrollando un proceso de reciclaje para eliminarlos de forma responsable.

Los servicios de ReCamper incluyen Care&Repair, servicios de limpieza y reparación en tienda; Take Back, un programa de recogida de zapatos usados; y ReCrafted, una colección única de zapatos Camper reciclados.

La última colección de Birkenstock 1774 reinventa sus modelos más icónicos en colores impactantes



La exclusiva línea 1774, cuyo nombre hace referencia al año en el que la familia BIRKENSTOCK comenzó la fabricación de su calzado, reinventa sus modelos más icónicos a través de una narrativa vanguardista y una nueva visión tanto del color, como de su fabricación.

Jimmy Choo Summer 2023 Collection Instinctive



En toda la colección se respira un ambiente de liberación, de libertad: movimiento, brisa, espíritu. La sensualidad del cuerpo se acentúa a través de los cordones que se enroscan en la pierna y se abrochan y desabrochan como una forma de exhibición, provocación y seducción.

Las mejores alpargatas de Gaimo para novias



Estos diseños son una opción asequible para aquellas novias que busquen una alternativa distinta a los zapatos de novia tradicionales.

Tous marca su récord histórico de facturación en 2022 alcanzando los 450 M€



TOUS, la firma joyera que hace brillar la creatividad y la autoexpresión, ha cerrado un 2022 muy exitoso. La compañía marca su récord histórico de ventas en 2022 alcanzando los 450 M€ y rompe el techo de los 100 M€ de beneficio operativo (EBITDA), lo que supone un incremento del 26% respecto 2021.

Así, en un ejercicio marcado por el crecimiento, la compañía incrementa su facturación en un 17% respecto 2021. Esta suma rebasa ampliamente los objetivos marcados por la compañía y supone un importante aumento también respecto a la etapa pre-pandemia, superando en un 14% la cifra de 2019.

Carlos Soler-Duffo, consejero delegado de la firma, afirma que: "2022 ha sido un año récord para TOUS en todas las áreas. En un contexto socioeconómico complejo y cambiante, hemos sido valientes y hemos presentado nuestra evolución de marca, que ha tenido una gran acogida, para seguir anticipándonos al mercado, y hemos realizado inversiones muy relevantes que nos sitúan en una muy buena posición para seguir construyendo el futuro".

Y destaca que: "el resultado neto, también ha sido una cifra excepcional, alcanzando los 36 millones de euros, que supone un incremento del 60% respecto al ejercicio anterior"

Todo ello en un año marcado por un duro contexto macroeconómico y geopolítico, con circunstancias como la inflación, la crisis energética o la invasión de Ucrania, que provocó la paralización de las operaciones de TOUS en Rusia en marzo y el abandono definitivo de la operación en directo en el mes de julio. El contexto en Rusia se ha traducido en un impacto negativo en 2022, cercano a los 7 millones de euros.

¡Longchamp celebra el Día de la Madre!



Longchamp propone una selección de ideas para regalo: de las más atemporales a las más modernas, de colores pastel a los más llamativos, todo ello a partir de sus líneas más emblemáticas.

Luce Martsen Studio en todos tus eventos primaverales



Martsen Studio, la firma escandinava que transforma lo que pinta a mano en productos especiales y textiles de lujo, presenta sus foulards de la Colección Origins como la mejor opción para lucir en todos nuestros eventos más primaverales.

Grafetul, la nueva propuesta de UNOde50 para esta primavera



La colección está compuesta por collares, pulseras, pendientes y anillos con formas redondeadas bañados en oro de 18 quilates y plata de primera ley, embellecidos con cristales artesanales, perlas y cristal de Murano multicolor.

Goodbye, Rita lanza una Edición Limitada de gafas junto a Hombres G



Cinco gafas con cinco colores diferentes asociados a algunas de las canciones más famosas del grupo: "Voy a pasármelo bien", "Sufre mamón", "Salto mortal", "Capone della mafia" y "Guapos del barrio".



PRIVATA

WWW.PRIVATA.COM

La marca de lujo libanesa ELIE SAAB presentará en primicia su primer desfile mundial de moda nupcial en la Barcelona Bridal Fashion Week (BBFW)



ELIE SAAB, la marca de lujo libanesa, debutará sobre la pasarela con su colección nupcial primavera-verano 2024 en la Barcelona Bridal Fashion Week la noche del 19 de abril. El desfile tendrá lugar durante la Barcelona Bridal Night, un evento especialmente diseñado para la ocasión, que se celebrará en el Museu Marítim de Barcelona y al que asistirán compradores, diseñadores, profesionales de la industria de la moda, influencers, celebridades, así como medios de comunicación nacionales e internacionales que serán testigos de una velada memorable.

Tenerife Volcanic Fashion celebrará su cuarta edición del 20 al 23 de abril con propuestas renovadas

Organizada por el Cabildo de Tenerife, a través del Área de Empleo, Desarrollo Socioeconómico y Acción Exterior y de la Empresa Insular de Artesanía y Turismo de Tenerife, esta feria vuelve a reunir lo mejor del diseño de autor, moda y textil de Tenerife, dando a conocer el talento y la profesionalidad de las empresas del sector.

Esta nueva edición cuenta con la colaboración del Gobierno de Canarias, a través de la empresa Proexca y de Comercio de Canarias, y con el apoyo del proyecto MODAMAC y el Programa de Cooperación Territorial MAC 2014 -2020.

Posicionada como un espacio de encuentro profesional indispensable para la industria de la Isla, Tenerife Volcanic Fashion presenta este año una propuesta renovada, apostando en esta ocasión por dar un giro conceptual a su proyecto.

El evento, que hasta ahora se venía desarrollando en la Gran Nave del Centro Internacional de Ferias y Congresos de Tenerife, se trasladará al exclusivo Hotel Iberostar Heritage Grand Mencey de la Isla, escenario que añadirá un plus de estilo, sofisticación y elegancia, proyectando un efecto 'boutique' de exclusividad.

Tres diseñadores de Moda Cálida participan por primera vez en Bridal Barcelona, el evento líder de moda nupcial en Europa



Ogadenia Couture, Pedro Palmas y Lucas Balboa serán los primeros diseñadores de Moda Cálida Gran Canaria en asistir a la feria Bridal Barcelona, el evento líder de moda nupcial en Europa donde del 19 al 23 de abril presentarán sus colecciones firmas como Rosa Clara o Pronovias, con presencia de las cabeceras más prestigiosas y audiencia profesional, al que los diseñadores grancanarios llegan gracias al apoyo del programa del Cabildo insular y del programa de internacionalización que trabaja en colaboración con la Cámara de Comercio. El sábado 22 a las 16:30 desfilarán de forma conjunta los tres creadores canarios, que quisieron invitar a la comunidad canaria en Barcelona a acudir como público, si bien, destacaron que "el interés que ya hemos despertado entre 'influencers' y medios de la península ya nos ha sorprendido muy gratamente", en palabras de Pedro Palmas.

Atelier Couture fue una vez más el escaparate donde se vivió y disfrutó de la magia de la moda nupcial y la artesanía de arraigo español

Con el propósito de dar valor a la moda creada de forma artesanal para bodas, ceremonia, invitada y fiesta; y todos los sectores que están alrededor del mundo de las celebraciones, tanto para la mujer como para el hombre; Atelier Couture presentó los pasados 14 y 15 de marzo, las propuestas de nuevos talentos del diseño y firmas consagradas de nuestro país.

Un total de catorce desfiles de moda contemporánea y una exposición, ensalzaron la Costura de autor y el trabajo que desde los ateliers se desarrollan, promoviendo la cultura de raíces y el relevo generacional de la artesanía.

Se vivió una celebración muy cálida y cercana, que estrechó lazos entre los diseñadores, medios de comunicación, instituciones y todos los asistentes, desfile tras desfile.

Veinticinco diseñadoras, diseñadores y marcas participarán en la 31ª edición del 080 Barcelona Fashion



Veinticinco diseñadoras, diseñadores y marcas de moda presentarán sus nuevas colecciones durante la próxima edición del 080 Barcelona Fashion – plataforma de moda que impulsa el Departamento de Empresa y Trabajo, a través del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda (CCAM)— que se celebrará del 2 al 5 de mayo en el Recinto Modernista de Sant Pau.

La 080 Barcelona Fashion es una plataforma de moda que tiene como objetivo impulsar la transformación del sector de la moda a través de la innovación tecnológica, a la vez que trabaja para situar a Cataluña como altavoz del cambio en el sector de la moda, tanto a nivel nacional como internacional.

Asimismo acompaña a las marcas catalanas en su transformación y posicionamiento. De la misma forma, la 080 Barcelona Fashion es una plataforma que promueve la sostenibilidad y la circularidad, así como la diversidad e inclusividad.

Día Mágico by FIMI y FIMI coinciden en fechas para aunar sinergias



Las marcas líderes del sector de comunión y ceremonia han confirmado su presencia en Día Mágico by FIMI, la feria de referencia del sector y única monográfica del mundo, que se celebra en Feria Valencia del 12 al 14 de mayo y que en 2023 celebra su 10º aniversario.

Carly, Marla, Amaya Fashion for Kids, Hortensia Maeso, Mon Air, Varones, Creaciones Charo, Mercedes de Alba, Beatriz Montero... Más de 80 firmas de

moda infantil participarán en el certamen para presentar sus exclusivas colecciones y sus últimas tendencias para la temporada de comuniones y ceremonias 2024. La presencia de estas marcas líderes refuerza el escaparate de Día Mágico by FIMI y la posiciona como la feria más importante del sector de la moda infantil.

Además, el certamen ampliará su oferta gracias a la celebración de una de las citas más importantes del calendario: FIMI primavera/verano. Una potentísima puesta en escena con toda la moda infantil a la que acudirá el mercado nacional, así como un mayor número de compradores extranjeros de más de 10 países.

“La alianza de Día Mágico y FIMI primavera/verano suma. Es una apuesta por y para todos los profesionales relacionados con el universo de la infancia y una oportunidad única de concentrar al comprador en única gran cita profesional”, asegura Alicia Gimeno, directora de sendos eventos.

El concurso 080 Barcelona Fashion / Rec.0 premia a Javier Guijarro, nonibarea, I AM BOLD y AtFirstSight Studio como mejores propuestas de moda emergente



Javier Guijarro, nonibarea, I AM BOLD y AtFirstSight Studio son las marcas ganadoras del concurso 080 Barcelona Fashion/Rec.0 que busca promover el talento creativo en un marco de sostenibilidad.

Este certamen es una colaboración entre 080 Barcelona Fashion -la

plataforma de moda que organiza el Departamento de Empresa y Trabajo, a través del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda- y el festival Rec.0 con el objetivo de apoyar y visibilizar el talento emergente.

La 080 Barcelona Fashion es una plataforma de moda que tiene como objetivo impulsar la transformación del sector de la moda a través de la innovación tecnológica, a la vez que trabaja para situar a Cataluña como altavoz del cambio en el sector de la moda, tanto a nivel nacional como internacional.

Asimismo acompaña a las marcas catalanas en su transformación y posicionamiento. De la misma forma, la 080 Barcelona Fashion es una plataforma que promueve la sostenibilidad y la circularidad, así como la diversidad e inclusividad.

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid avanza y confirma las fechas de sus dos próximas ediciones

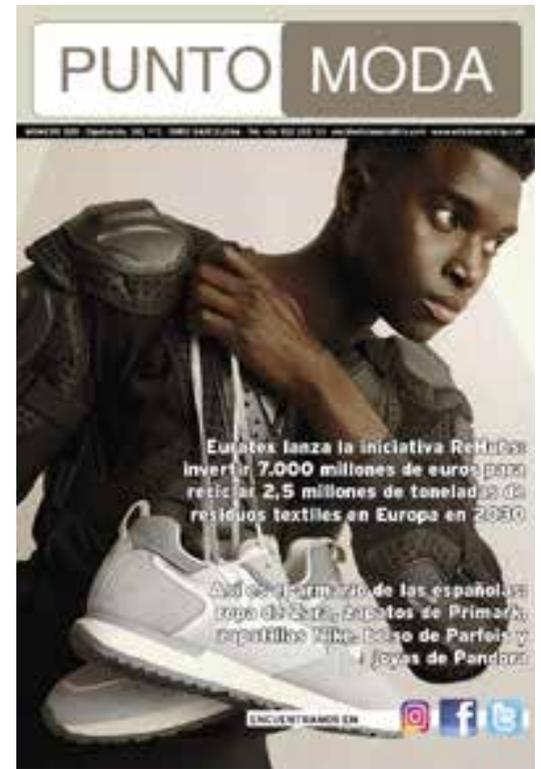
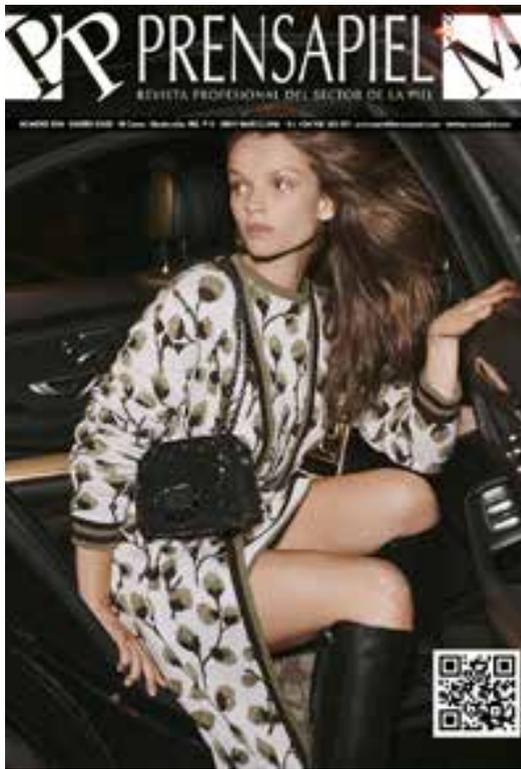


Mercedes-Benz Fashion Week Madrid ya tiene reservadas las fechas para sus dos próximas convocatorias: la edición de septiembre, que se celebrará del 13 al 17 y hará la presentación de la colección Primavera/Verano 2024, y la edición de febrero que se desarrollará del 14 al 18 y que presentará la nueva campaña Otoño/Invierno 24/25.

Ambas ediciones, que cumplen su 78 y 79 aniversario,

tendrán como escenario principal el pabellón 14.1 de IFEMA MADRID, donde se presentarán las colecciones de los diseñadores más importantes de nuestro país en la pasarela Mercedes-Benz, así como otras diferentes localizaciones en Madrid donde se desarrollarán los Desfiles en la Ciudad (antes conocidos como Programa OFF).

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:

