

PRENSAPIEL

NÚMERO 290 · JUNIO 2023 · 18 Euros · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · prensapiel@prensapiel.com · www.prensapiel.com

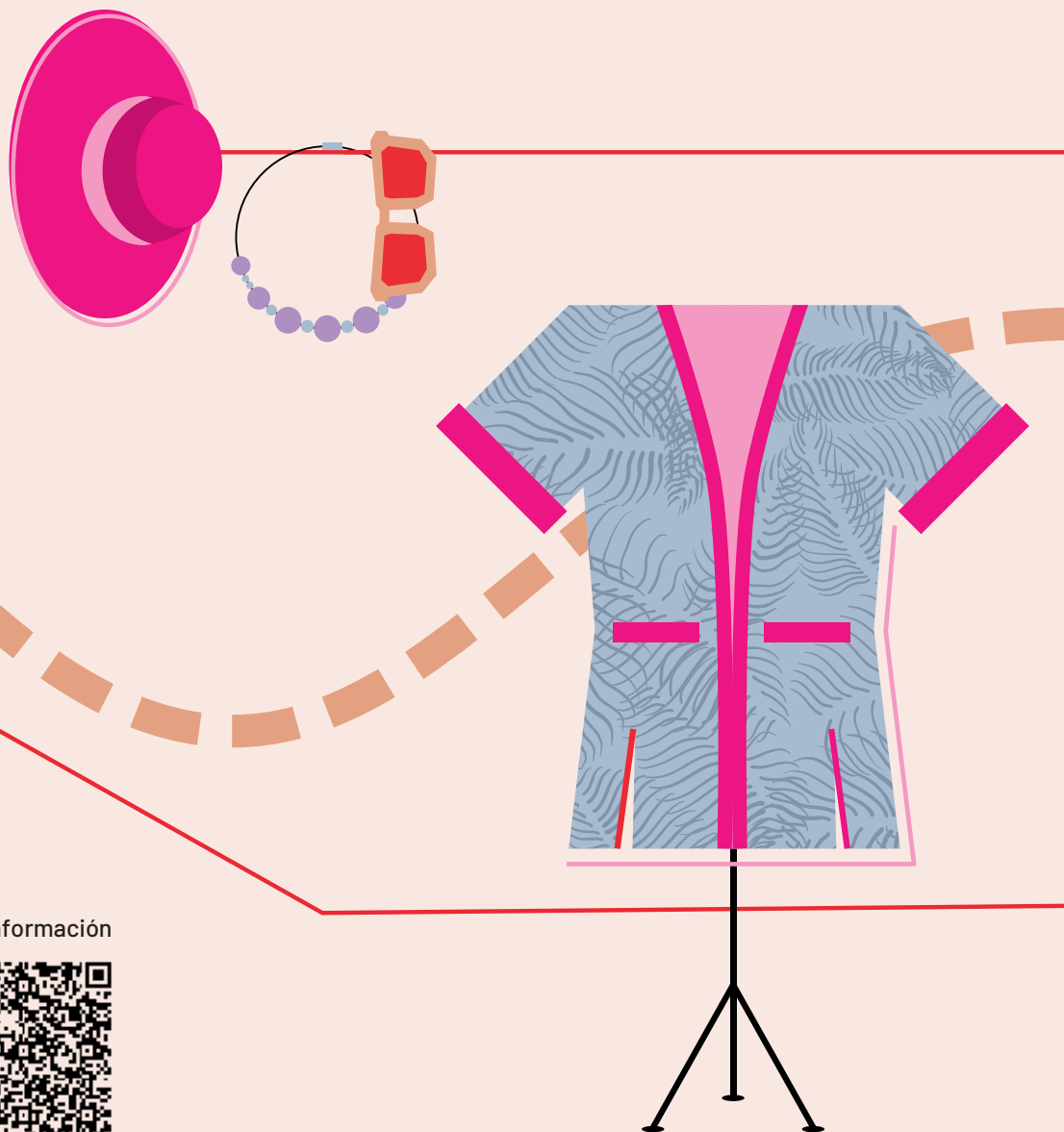


MOMAD

Profesional

En coincidencia con

bisutex
intergift
madridjoya



Más información



Salón Internacional de Moda,
Calzado y Accesorios.

15-17
Sep

2023

Recinto Ferial
ifema.es



**NUESTRA PORTADA:**

Caribú

PRENSAPIEL

Director:

José Antonio Blanco

joseantonio.blanco@edicionessibila.com

Redacción:

José Antonio Blanco - Elena Sisó

Departamento Comercial:

essl@edicionessibila.com

Administración y Suscripciones:

essl@prensapiel.com

Edita:

Edicions Sibil-la, S.L.

Diputación, 180, 1º C

08011 - Barcelona

Tel. +34 932 265 151

essl@edicionessibila.com

www.edicionessibila.com



PUNTO MODA



D.L. B-14.183-92

ISSN 2564-9000

La revista Prensapiel no se hace responsable de las opiniones expresadas por nuestros colaboradores y/o lectores.

Actualidad

Las tiendas aumentaron un 5,4% sus ventas en abril, según el barómetro de Acotex, Asociación Nacional del Comercio Textil, Complementos y Piel

El acumulado anual se sitúa en +6,4%.

El sector continúa en línea ascendente, con unos incrementos de ventas livianos, si bien es verdad, algo superior al mes anterior.

El incremento de las ventas del mes de abril se debe principalmente a la buena climatología. "Quizás demasiado buena ya que se está adelantando la campaña de verano y vendiéndose menos ropa primaveral", señalan desde Acotex.

De cara a la temporada primavera/verano "somos optimistas", declaran estas mismas fuentes. El sector sigue en línea ascendente y todavía recuperando las cifras prepandemia.

Hay que tener en cuenta que estos incrementos de venta también se deben a que al incrementarse de los coste de las materias primas, gastos de energía, etc. se han trasladado al PVP, por lo que es incremento en facturación pero no tanto en incremento de unidades vendidas.

El Barómetro Acotex, que se presenta cada mes, recoge una muestra representativa por formato y dimensión de los sectores: confección hombre, mujer y niño, textil hogar y complementos. Las ventas reflejan una evolución por superficie comparable y muestran un seguimiento mensual y anual.

El 30 % de los españoles que visita tiendas físicas compara después los precios online

- *El 77 % de los consumidores compara precios online para ahorrar en sus compras.*
- *Por edades, el 85 % de los encuestados de la generación millennial espera maximizar el ahorro en sus compras al comparar precios.*

El comportamiento del consumidor español está en constante cambio, debido a los diferentes escenarios de inestabilidad socioeconómica de los últimos 3 años, que provocan que estos tengan que controlar sus gastos para llegar a fin de mes. En este sentido, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Índice de Precios de Consumo (IPC) en abril de este año se situó en un 4,1%, lo que representa una subida de casi un punto con respecto al mes anterior.

Pese a que la inflación parece encontrar un respiro, los ciudadanos siguen buscando formas de ahorrar, y según un análisis realizado por idealo.es, el comparador de precios online, el 30 % de los españoles que visita tiendas físicas compara después los precios a través de internet.

En esta misma línea, el 43 % de los encuestados afirma que utiliza tiendas en línea como referencia para encontrar el mejor precio, mientras que un 20 % de los participantes mencionó que recurre a los comparadores de precio online con el propósito de optimizar sus ahorros. Como repaso general de la investigación, el 77 % indica que compara precios online, para limitar el gasto mensual.

Estos comparadores de precio online permiten la activación de alertas de producto, una herramienta que permite notificar al usuario cuando baja o cambia el precio de un determinado artículo seleccionado. Según el estudio de idealo, gracias a estas alertas, se pueden lograr ahorrar hasta 184 € en compras online.

A nivel de edades, el 85 % de los encuestados de la generación millennial explica que espera maximizar el ahorro en sus compras, al comparar en línea. Esto indica que dicha generación está muy familiarizada con el mundo digital y utiliza las herramientas online para tomar decisiones de compra. En contraste, el 33 % de los encuestados de la generación "baby boomer" (personas entre 55 y 69 años) afirmaron que rara vez o nunca comparan precios en internet al comprar.

Entre las categorías que los consumidores revisan más antes de comprar se encuentran los viajes (92 %), los productos de consumo, con el mismo porcentaje, y los seguros (78 %). En cuanto a la comparación de precios en productos específicos, se observa una mayor inclinación hacia las zapatillas, televisores y frigoríficos.

Elda recupera el concurso fotográfico CalzArte con el objetivo de promocionar el calzado y su industria

El concurso de fotografía CalzArte regresa con el objetivo de promocionar el calzado, su industria y la ciudad de Elda.

Los participantes, que pueden ser fotógrafos aficionados o profesionales, disponen del 25 de mayo al 3 de septiembre para enviar sus trabajos de manera digital y el Museo del Calzado realizará una exposición con las imágenes seleccionadas.

Distribución

GEOX abre nueva tienda en el centro comercial Aqua y reabre en la calle Jorge Juan de Valencia

GEOX continúa su andadura destinada a redefinir el papel del retail, centrándose en mejorar la experiencia del cliente y los servicios omnicanal en España



La tienda Geox se distribuye en una sola planta donde se alojan las colecciones de calzado y prêt-à-porter de mujer, hombre y niño, así como la colección de bolsos y marroquinería de mujer y hombre.

Matiz, el e-commerce eco lujo de la modelo Marta Ortiz, logra 100.000 euros de financiación

El e-commerce de moda sostenible fundado en 2021 por la modelo española Marta Ortiz ha logrado un préstamo participativo de la Entidad Nacional de Innovación (Enisa) por importe de 100.000 euros para desarrollar tecnología, fomentar la experiencia de cliente y expandirse internacionalmente.

La valenciana, una de nuestras modelos más internacionales y musa de la recientemente desaparecida Vivienne Westwood, creó en 2021 la plataforma de moda sostenible, tras más de 12 años dedicándose al mundo de la moda y ver la parte "oscura" de la segunda industria más contaminante.

PDPAOLA inaugura boutique en La Roca Village

PDPAOLA, que además de sostenible ha revolucionado el sector, lleva a La Roca Village sus colecciones más emblemáticas.



La Roca Village, uno de los once Villages de The Bicester Collection, da la bienvenida a la firma española PDPAOLA que, desde el 2014, ha revolucionado la industria de la joyería. Fieles a su esencia de "elegancia sin esfuerzo", la firma ofrece de calidad para la vida moderna.

NEINVER alcanza cifras históricas en el primer trimestre llegando a 329 M. de euros en ventas

Daniel Losantos, consejero delegado de NEINVER, "Hemos cerrado el primer trimestre del año con unos resultados excelentes, que han superado todas nuestras expectativas"

Este dato supone un incremento del 21% con respecto al mismo periodo del año anterior. Especialmente significativos han sido los resultados obtenidos en el mes de marzo, donde las ventas de los centros han protagonizado un aumento del 24%.

Atendiendo exclusivamente a los resultados de sus centros outlet, el crecimiento de ventas registrado ha sido del 23,5% con respecto al mismo periodo de 2022.

Estas cifras suponen un récord histórico para la compañía, que espera una tendencia similar para el segundo trimestre del año.

Nia feat Deichmann "Lo Bailao"

La cantante continúa con la exitosa colaboración que se inició la pasada temporada y vuelve a ser imagen de la nueva colección Deichmann primavera-verano '2023.



Deichmann Calzados, filial del grupo alemán Deichmann SE y primer minorista de calzado de Europa vuelve a confiar en Nia Correia para el lanzamiento de su nueva campaña primavera-verano '23.

La campaña "Nia Feat Deichmann Lo Bailao" se estrenó en abril en todos los puntos de venta Deichmann en España y desde el 17 de abril, con la emisión de un nuevo spot en las principales cadenas de televisión nacionales, medios de comunicación y redes sociales.

Las ventas de los retailers en los C.C. de Klépierre aumentaron un 13,2% el primer Trimestre de 2023

Klépierre, líder europeo en centros comerciales, presenta los resultados del primer trimestre de 2023, confirmando el impulso positivo observado en 2022.

Las ventas de retailers siguieron con la recuperación en el primer trimestre de 2023, un 13,2% más que en 2022. La secuencia fue positiva durante todo el periodo, alcanzando su punto máximo en enero (un 19% más). Esta tendencia subraya la relevancia de la estrategia de Klépierre y sus sólidos fundamentos operativos.

La afluencia también aumentó un 14,1% durante este periodo en comparación con 2022.

son**t**ress **SLIM**

+ n a **t** u r a l
n a t u r a l m e n t e

PANTALÓN FITNESS

ANTICELULÍTICO
HIDRATANTE
REDUCTOR

son**t**ress **SLIM**

SIEMPRE
GUAPA

SIEMPRE ACTIVA

SIEMPRE SANA

[www.son**t**ress.com](http://www.sontress.com)

ONUUDI promueve el curso de seguridad y salud en el trabajo para la industria del cuero 'Aspectos de la seguridad y la salud en el trabajo en la fabricación del cuero'

"COTANCE agradece los excelentes materiales de capacitación que ha desarrollado UNIDO", explica Gustavo González-Quijano, Secretario General de COTANCE, que ayudan a acabar con "las imágenes espantosas de curtidurías de baja calidad que circulan en la web".

Un entorno de trabajo seguro y saludable es un principio y un derecho fundamental en el trabajo.

Durante veinte años, el 28 de abril se ha observado como el Día Mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo para destacar la necesidad de prevenir accidentes y enfermedades en el trabajo.

Este año, las Naciones Unidas ha destacado los riesgos ocupacionales emergentes que pueden ser causados por la innovación técnica o por el cambio social u organizacional, como las nuevas tecnologías y procesos de producción como la nanotecnología y la biotecnología, y las nuevas condiciones de trabajo, que incluyen mayores cargas de trabajo, intensificación del trabajo a partir de la reducción de personal, y las malas condiciones asociadas con la migración por trabajo.

El 28 de abril es también el Día Internacional de Conmemoración de los Trabajadores Muertos y Lesionados, organizado a nivel mundial por el movimiento sindical desde 1996 para honrar la memoria de las víctimas de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales.

La Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUUDI) promueve la seguridad industrial y las condiciones

de trabajo seguras y, como contribución al Día Mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo 2023, ha lanzado un nuevo curso, Aspectos de la seguridad y la salud en el trabajo en la fabricación del cuero.

El sector del cuero a menudo se aprovecha en las economías en crecimiento para crear miles de puestos de trabajo. Para proteger a los trabajadores de las curtiembres, se debe tener especial cuidado en sensibilizarlos sobre los riesgos y peligros del proceso de elaboración del cuero, así como en mejorar constantemente las condiciones de trabajo y los estándares de seguridad.

El curso de UNIDO es una capacitación interactiva que hace uso de recursos y herramientas desarrollados por otras organizaciones como la Confederación de Asociaciones Nacionales de Curtidores y Aparadores de la Comunidad Europea (COTANCE), el Grupo de Trabajo del Cuero, la Fundación del Cuero Sostenible (SLF) y la Unión Internacional de Tecnólogos y Sociedades de Químicos del Cuero.

El curso: Aspectos de seguridad y salud ocupacional de la fabricación de cuero está disponible en <https://learning.unido.org/login/index.php>

Peletería Gabriel: Éxito de la representación aragonesa en Moda Norte

Las elegantes creaciones de Belén Morales y Reza Shokouhi, de la firma zaragozana Peletería Gabriel, triunfaron en la segunda edición de esta plataforma para impulsar el diseño a nivel regional.



Del 21 al 25 de abril, el Eurostars Hotel Real de Santander acogió la celebración de Moda Norte 2023.

Cerca de mil personas asistieron a esta nueva cita para la moda de las comunidades del Norte de España, que pone en valor la capacidad de transformación y modernización de la industria de la moda, apostando por la producción artesanal y el 'handmade', como referentes de calidad y sostenibilidad.

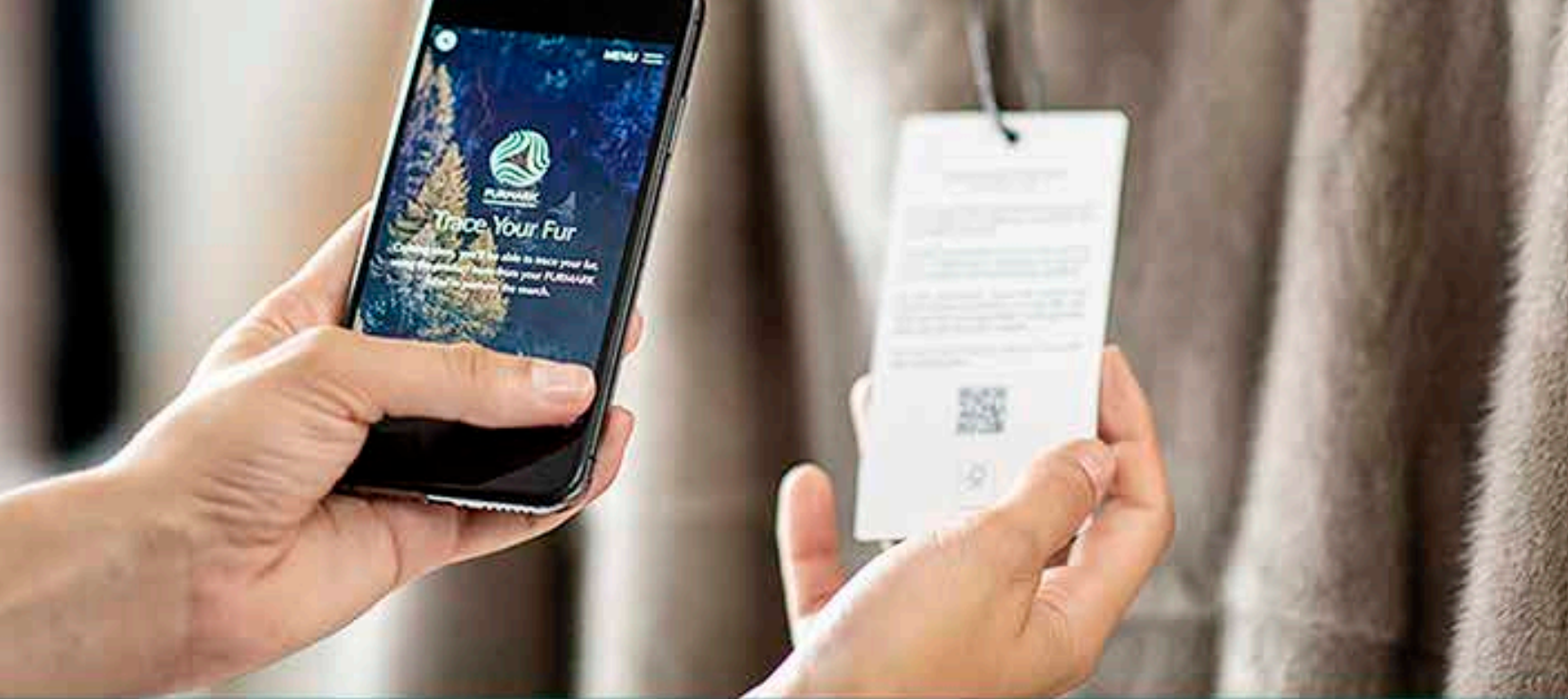
INESCOP se une al Día Mundial del Cuero

El objetivo de este día es promocionar la piel curtida y crear conciencia de los atributos positivos de este material.



Los promotores de este día, Leather Naturally y Leather Working Group (LWG), han propuesto para este año 2023 poner en valor la belleza duradera de este material, así como reivindicar su lugar dentro de la economía circular. La labor de INESCOP en materia de cuero se centra, principalmente en 4 pilares: formación, divulgación, investigación y normalización.

La piel protege de daños al animal y es regulador térmico del cuerpo. Estas propiedades, únicas del cuero, se mantienen tras el proceso de curtición. Asimismo, es un material con otras muchas bondades como la durabilidad, la resistencia o la adaptabilidad. Es indiscutible que estamos ante el material más completo e idóneo para la fabricación del calzado. Sin embargo, la imagen del cuero se ha visto dañada en los últimos tiempos y es necesario visibilizar sus propiedades de sostenibilidad.



¿Qué es Furmark®?

- Furmark® es el sistema global de certificación y trazabilidad para pieles naturales que garantiza el bienestar animal y las normas que regulan el medio ambiente.
- Una marca de calidad, garantía y confianza.
- Todos los productos Furmark® son rastreables, y cumplen con los estándares reconocidos a nivel mundial.
- El programa ha sido desarrollado en estrecha colaboración con los principales grupos y marcas de moda.

¿Por qué piel natural?

- Todos los materiales certificados por Furmark® son naturales, sostenibles y biodegradables.
- Con una durabilidad excepcional, los productos de piel natural, con el cuidado adecuado, pueden durar toda la vida.
- La piel tiene una calidad atemporal y un aspecto único.
- El material está estrictamente regulado a nivel internacional, a nivel nacional y local.



Marroquinería

Wanda de Ferragamo mezcla artesanía y modernidad

“Se trataba de mirar en el archivo y establecer qué podía redefinirse para ser relevante hoy”.



Este experimento del Director Creativo Maximilian Davis nos trae el nuevo bolso Wanda, presentado por primera vez en 1988 en honor de la esposa de Salvatore, Wanda Ferragamo, y hoy reelaborado con nuevas proporciones geométricas que le confieren un aire minimalista contemporáneo.

Labienhecha continúa su expansión imparable

La nueva tienda, situada en el centro de Madrid, es la segunda apertura física de la marca en España.



El pasado 21 de abril Labienhecha hacía realidad uno de sus sueños: abrir un punto de venta físico en el centro de Madrid, más concretamente en el número 16 de la calle Hernán Cortés.

En cualquier situación y en todos los destinos, Scharlau te complementa con sus accesorios para hombre y mujer

¡Viaje con nosotros!



Los accesorios de TRAVEL de Scharlau pueden considerarse los mejores compañeros de viaje, piezas únicas y exclusivas en las que identificamos las señas de identidad de la firma: calidad, artesanía, durabilidad, elegancia y detalles que hacen cada pieza única.

Flowers & Stingray de Box San Sebastián

Flowers & Stingray es el resultado de esta investigación realizada este comienzo de año y es la primera colección capsula limitada y numerada que se pone a la venta este mes de mayo.

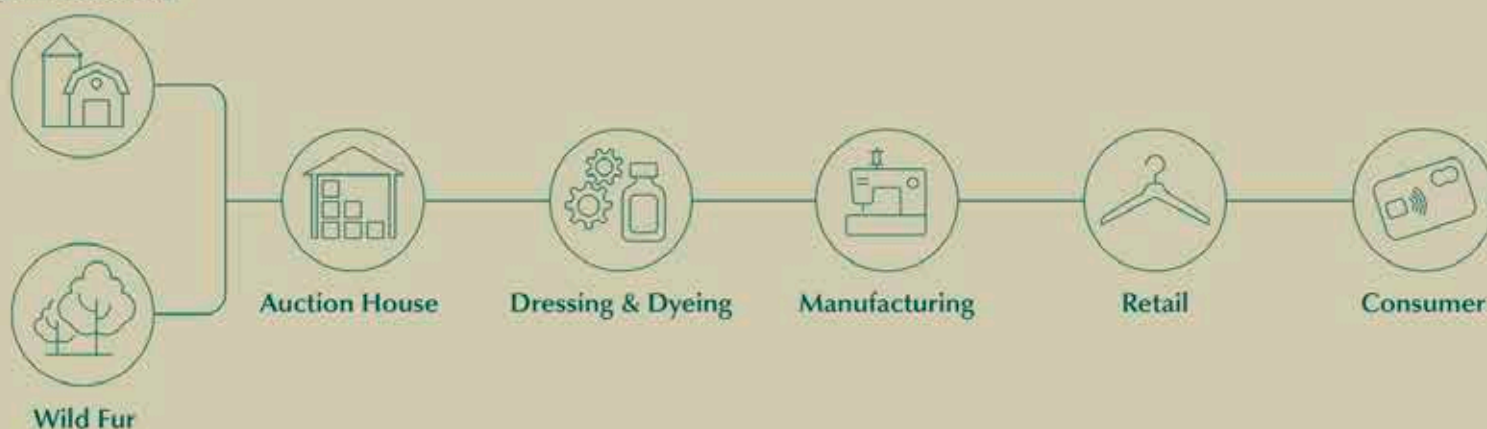


La firma de alta marroquinería BOX San Sebastián, atenta siempre a su impacto en la actividad diaria e investigando en la reducción de su huella de carbono y generación del mínimo residuo, ha seleccionado cuidadosamente materiales archivados de su actividad de los últimos 30 años, recuperando excedentes de tejidos y pieles para crear nuevas propuestas con diversas colecciones capsula, limitadas y numeradas.

¿Cómo funciona la certificación Furmark®?

Las pieles naturales provienen de granjas que cumplen con todos los programas de bienestar animal. Posteriormente son procesadas por curtidores y tintoreros certificados sujetos a controles por terceros. Los fabricantes registran las pieles certificadas dentro del sistema de trazabilidad ChainPoint, asegurando transparencia en toda la cadena de valor.

Farm-raised Fur



¿Cómo puedo rastrear una prenda certificada como Furmark®?

Cada prenda Furmark® lleva un código QR y un código de etiqueta único que, cuando se escanea y se introduce en la plataforma 'Trace now' en www.furmark.com, proporciona detalles completos de trazabilidad. Esto garantiza que pueda comprar pieles certificadas con confianza y todas las garantías.

Usa el código QR y el código de la etiqueta única para acceder a:

- Detalles del tipo de piel
- Origen de la piel
- Detalles del programa de certificación de bienestar animal
- Fabricante
- Lugar del fabricante

furmark.com



Protected, la colección veraniega de UNOde50

Protected, al igual que el resto de colecciones de UNOde50, está compuesta por joyas que se han producido de forma artesanal e íntegramente en sus talleres de Madrid.



La colección que transmite la búsqueda de la serenidad y pone en valor la importancia de sentirse bien con uno mismo para poder afrontar las vicisitudes de la vida con entereza. Esa es la razón por la que los diseños de Protected recurren a los amuletos ancestrales, conocidos por atraer la buena suerte y alejarnos de lo negativo que nos rodea.

Nuevo lanzamiento de la Wempe Signature Collection en colaboración con Chopard

Es el tercer modelo de la Wempe Signature Collection que hasta ahora sólo ofrecía diseños para hombre.



La Wempe Signature Collection se basa en iconos del mundo de los relojes. La empresa familiar relojera de Hamburgo aporta sus muchos conocimientos sobre las expectativas, exigencias y deseos de sus clientes y los aplica en colaboración con marcas de relojes seleccionadas. De este modo, surgen ediciones limitadas únicas de modelos de relojes que solo están disponibles en las sucursales Wempe de todo el mundo y en la tienda online.

Con motivo del trigésimo aniversario del Happy Sport, un icono del mundo relojero, Wempe y Chopard, dos empresas familiares, han diseñado conjuntamente un exclusivo modelo con un aspecto totalmente renovado.

D. Franklin presenta su nuevo modelo Aviator

Una reformulación del clásico diseño con un toque ahumado con el estilo D.Franklin.



D.Franklin presenta su modelo Aviator, el diseño de toda la vida, pero con su toque diferenciador. Apto para personas atrevidas a las que no les da miedo hipnotizar con la mirada. Están disponibles en varios colores, algunos de ellos tan llamativos como lavanda, amarillo o verde.

Hublot y Nespresso: la fusión de innovación y sostenibilidad de dos marcas icónicas suizas

Las dos marcas se han unido para hacer realidad un proyecto excepcional: la creación de un reloj Big Bang basado en el reciclaje y la circularidad.



Se trata de una primicia mundial: el espíritu pionero de Hublot y Nespresso ha transformado los posos de café usados de las cápsulas en correas de relojes.

El aluminio reciclado, fusionado con el aluminio de las cápsulas, da lugar a la caja, el bisel, la corona y el pulsador.

Una colaboración sin precedentes, con la emblemática "N" de Nespresso grabada en la corona, y su color icónico, un guiño a la cápsula Master Origins Perú Organic. La densidad de los dos materiales se ha combinado de manera correcta para garantizar la durabilidad del producto. La caja de 42 mm. del Big Bang Unico Nespresso Origin está fabricada en aluminio reciclado, el 28 % del cual procede

de las cápsulas de café de Nespresso, anodizada en un color verde vivo y, a continuación, satinada y pulida.

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



FICE y la inspección de trabajo se reúnen para clarificar criterios respecto de los fijos discontinuos

La Federación de Industrias del Calzado Española (FICE), mantuvo el 5 de mayo una reunión con la Inspección de Trabajo y Seguridad Social (ITSS) en la que se ha avanzado en la comprensión de los criterios de valoración que se aplicarán en los contratos fijos discontinuos.



El origen de esta demanda radica en las diferencias detectadas en los parámetros que han venido utilizándose para valorar el periodo de contratación de los empleados fijos discontinuos en las empresas de la industria.

El estado de desconcierto y preocupación que vive el sector del calzado no es fruto del cambio normativo que se ha producido, sino de la forma arbitraria en la que la Inspección de Trabajo y Seguridad Social está aplicando los parámetros temporales para examinar la contratación.

La patronal del calzado ha insistido en que se llega a esta situación porque no existe una referencia clara a la fuente ni a los criterios que aplica la inspección a la hora de estudiar los expedientes. Esta falta de criterio ha tenido como consecuencia que las empresas encuentren diferencias en el periodo de tiempo examinado según cada caso. Y todo ello, además, sin tener en cuenta que, en el sector, las cargas de trabajo no son regulares y varían en función del momento productivo en el que se encuentran las colecciones.

Por ello, tras la petición de la FICE para solicitar que se aplique un mismo criterio general y se empleen los mismos parámetros de tiempo a la hora de evaluar este tipo de contratación se ha convocado una reunión en la que la Inspección de Trabajo ha dado respuesta a las preguntas planteadas.

En la reunión la Inspección de Trabajo ha confirmado que se aplica el baremo del 87,5% de las horas anuales como indicador de posible vulneración de la condición de fijo discontinuo.

Sin embargo, ha asegurado que podría contemplarse, como ciclo productivo del trabajador, un periodo de más de un año de contratación, llegando hasta dos o tres años para que se supere el 87,5% de la cuota anual, trasladando que será a través de las inspecciones territoriales donde se analizará y determinará las particularidades que pudieran ocurrir en hechos concretos.

Sin duda se trata de una noticia positiva que avanza en la clarificación de los criterios que es uno de los principales problemas que afectan al sector, sostienen fuentes de FICE.

Avecal y Cuatrecasas analizan cómo afecta el impuesto sobre los envases plásticos al sector del calzado



Tal y como se ha explicado durante la jornada de ayer, este nuevo impuesto grava la fabricación, importación y adquisición intracomunitaria de una serie de productos, entre los que se encuentran los envases no reutilizables que contienen plástico, los productos plásticos semielaborados destinados a la obtención de envases, y los productos que contienen plástico destinados a permitir el cierre, la comercialización o la presentación de envases no reutilizables.

Nuria Sigüenza, abogada del departamento de derecho financiero y tributario de Cuatrecasas y especialista en asesoramiento tributario a grupos empresariales y grandes patrimonios, ha ahondado en las características del IEPNR. Sigüenza ha hablado del catálogo de envases que están relacionados específicamente con el calzado a los que puede afectar el impuesto, como son “las cajas, envoltorios de todos los componentes o etiquetas que pueden tener impacto en las empresas del sector del calzado”.

Por otro lado, la asociada del mismo departamento de Cuatrecasas, Carmen Cerdán, ha recordado a las empresas de la industria que el IEPNR “se está regulando vía publicaciones en la web de la AEAT, así como consultas vinculantes de la DGT, no estando prevista la aprobación de su reglamento de desarrollo”.

Cerdán ha enumerado los recursos que la AEAT pone a disposición del contribuyente en la sede electrónica relativos al IEPNR, así como las consultas vinculantes recientemente publicadas por la DGT en relación a este impuesto. Igualmente, la abogada ha realizado un análisis en detalle sobre las distintas obligaciones contables y formales que establece la ley del impuesto y la orden HFP/1314/2022.

La última parte de la sesión formativa se ha centrado en la problemática que están encontrando las empresas en la aplicación práctica de esta normativa. El abogado de Cuatrecasas Philipp Potapov ha repasado varios casos reales de empresas surgidos al aplicar el IEPNR e igualmente ha resuelto las dudas de algunos asistentes en relación con este tema.



STEPPING STRONG
STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM

La Asociación Española de Empresas de Componentes Curtidos y Maquinaria para el Calzado y la Marroquinería (AEC) celebra su Asamblea General

La Asamblea General de la Asociación Española de Empresas de Componentes Curtidos y Maquinaria para el Calzado y la Marroquinería (AEC) hizo balance de la actividad asociativa, destacando los proyectos e iniciativas que desde la Asociación se están poniendo en marcha durante el año 2023 y sucesivos.



El pasado 26 de abril tuvo lugar en la sede de esta organización empresarial la reunión de Asamblea General de AEC y AEC Ferias, S.L. en la que se presentaron y aprobaron por unanimidad las cuentas del año 2022 y los presupuestos para el año 2023.

De la misma manera y siguiendo con el orden del día, los asistentes aprobaron la memoria de actividades y la gestión llevada a cabo por la Junta Directiva durante el año 2022.

Durante la reunión se hizo balance de la actividad asociativa, destacando los proyectos e iniciativas que desde la Asociación se están poniendo en marcha durante el año 2023 y sucesivos.

En este contexto las líneas de actuación que han sido planteadas son:

- 1.- Un plan inmediato de modernización de nuestra industria para poder garantizar su continuidad a LP.
- 2.- Poner en valor la marca made in Spain favoreciendo el consumo y la fabricación de calzado en España.
- 3.- Solicitar una nueva línea de los avales de los préstamos del ICO y volver a refinanciar la deuda con nuevos aplazamientos.
- 4.- Flexibilizar las condiciones de acceso a la financiación e impulsar líneas de apoyo a la inversión tecnológica.
- 5.- Apoyar a la industria, como verdadero motor de la transformación económica poniendo en valor la asociación.
- 6.- Impulsar acciones que fomenten el consumo de nuestros productos tanto a nivel nacional, como a nivel internacional.
- 7.- Exigir ayudas a la contratación, mayor flexibilidad laboral y facilidades a la contratación de los trabajadores.
- 8.- Imponer barreras a la importación de productos procedentes de terceros mercados.
- 9.- Incentivar, motivar y apoyar a las inversiones para poder fabricar en España.
- 10.- Ejercer una política fiscal favorable evitando la deslocalización de las empresas.
- 11.- Mejorar las relaciones bilaterales y saber con quien y como se

firman los acuerdos comerciales.

Por otro lado y de cara al año 2023, el Plan de Acción de AEC plantea llevar a cabo las siguientes iniciativas:

- 1.- Defender los intereses de las empresas asociadas reivindicando ayudas directas para reactivar el sector.
- 2.- Incorporar nuevos servicios gratuitos de valor añadido mediante acuerdos.
- 3.- Continuar con el desarrollo y ejecución del Plan de Promoción Exterior del Sector.
- 4.- Habilitar la sala de juntas de más material bibliográfico.
- 5.- Celebración de las presentaciones de tendencias y seminarios de moda.
- 6.- Promocionar a las empresas a través de Internet.
- 7.- Potenciar la Web de AEC www.componentescalzado.com
- 8.- Puesta en marcha del CRM de AEC como herramienta business intelligence.
- 9.- Implantación de la herramienta de Gestión Documental para poder ser más productivos.
- 10.- Poner en marcha el nuevo directorio de Asociados.
- 11.- Crear la plataforma digital de ofertas y demandas del sector con un sistema de alertas.
- 12.- Potenciar la Red de Expertos de la Asociación.
- 13.- Puesta en marcha de cursos y seminarios orientados a potenciar la innovación y la digitalización.
- 14.- Puesta en marcha de desayunos, jornadas y charlas empresariales.
- 15.- Negociación de Ayudas con las Administraciones Locales, Autonómicas y Nacionales.
- 16.- Puesta en marcha de un total de 12 acciones de promoción internacional.
- 17.- Potenciar la apertura a nuevos mercados internacionales de interés para las empresas.
- 18.- Solicitud de Proyectos Europeos que potencien la competitividad de las empresas.
- 19.- Puesta en marcha de proyectos en materia de innovación en las empresas.
- 20.- Potenciar la digitalización en las empresas del sector.
- 21.- Potenciar la comercialización y promoción de nuestra feria FUTURMODA.
- 22.- Asesoramiento en materia Medioambiental.
- 23.- Asesoramiento en materia de Certificación, Patentes y Marcas.
- 24.- Asesoramiento en materia de Normalización.
- 25.- Negociación del Convenio Colectivo del Calzado.
- 26.- Negociación del Convenio Colectivo de Comercio de curtidos y artículos para el calzado.
- 27.- Negociación del Convenio Colectivo de la Industria de Hormas, planchas y tacones de Plástico.
- 28.- Publicar noticias de las empresas asociadas a través de la Web de AEC y las Redes Sociales.
- 29.- Redefinir el Plan Estratégico de AEC.
- 30.- Mejorar los servicios actuales dotándolos de mayores recursos.

Calzado

Pitillos presenta su nueva colección PV23 con la actriz Rocío Muñoz Cobo como protagonista de la campaña

La marca española de calzado Pitillos presenta su nueva campaña para la temporada primavera verano 2023.



La protagonista elegida para la ocasión ha sido la actriz madrileña Rocío Muñoz Cobo, conocida por sus papeles en títulos como Que dios nos perdone, La edad de la ira o El otro. La intérprete abanderará a la perfección la filosofía de Pitillos, una firma conocida por poner siempre en valor la comodidad de sus diseños y el estilo a cualquier edad.

En la campaña, Muñoz Cobo demuestra su seguridad y desenvoltura frente a la cámara luciendo algunos de los diseños más versátiles de la nueva temporada.

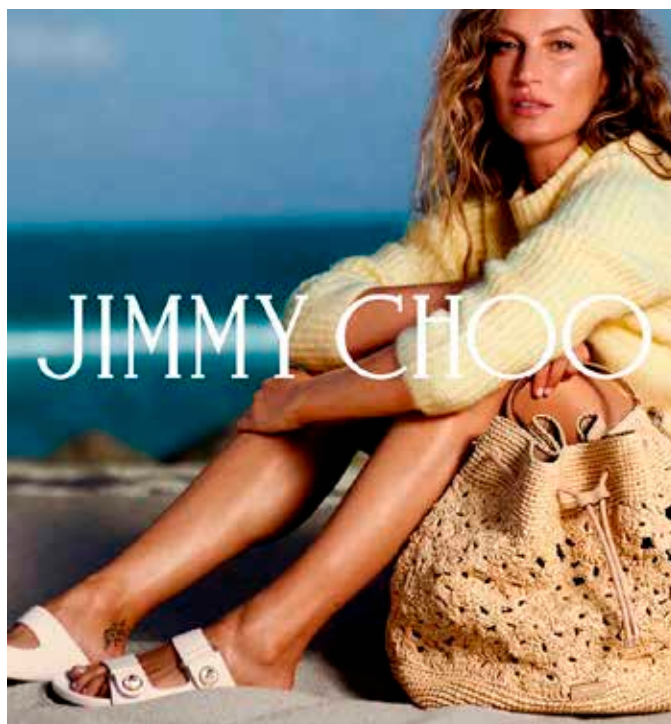
Entre las grandes novedades de la colección primavera verano 2023 de Pitillos, destacan las sandalias con guños a las tendencias, que esta temporada conviven con los grandes clásicos de la marca. Diseños de plataforma que te permiten sumar centímetros de altura sin renunciar a la comodidad y que vemos en sandalias con hebilla al tobillo y detalles metalizados o modelos que actualizan la alpargata tradicional.

Los mocasines y los zapatos tipo Oxford se renuevan jugando con los acabados exteriores y el contraste de materiales. Sin olvidar las sandalias de tacón, el toque final perfecto para cualquier look de invitada en esta época del año.

Frente a los modelos de gran altura, destacan las bailarinas, uno de los zapatos de tendencia para los meses de verano. Con un discreto tacón bajo, son la opción ideal para las chicas clásicas.

Gisele protagoniza la campaña Jimmy Choo de este verano 2023

Fotografiada por Carlijn Jacobs en Miami, Gisele encarna el espíritu glamuroso, seguro y atrevido de Jimmy Choo.



Jimmy Choo presenta a Gisele como protagonista de la campaña de verano 2023 de la marca. Fotografiada por Carlijn Jacobs en Miami, Gisele encarna el espíritu glamuroso, seguro y atrevido de Jimmy Choo. El epítome de una diosa moderna, acapara toda la atención en un escenario bañado por el sol, con una mirada y una presencia cautivadora y segura de sí misma.

Las alpargatas favoritas de las chicas bajitas este 2023 son de Gaimo

La alpargata que querrán las chicas bajitas este año.



Se trata de un calzado de lo más sostenible que se ha convertido en el favorito de las royals y primeras damas de todo el mundo.

Ifema Madrid abre el registro profesional de Intergift, Bisutex, Madridjoya y MOMAD para septiembre 2023

La cita imprescindible para el sector lifestyle en Europa se celebrará del 13 al 17 de septiembre en el Recinto Ferial de IFEMA MADRID.



IFEMA MADRID ha abierto ya el registro para el visitante profesional de los cuatro salones que componen la Semana del Lifestyle, que se celebrará del 13 al 17 de septiembre. De este modo, los compradores profesionales interesados en las últimas tendencias para la próxima temporada Otoño/Invierno y campaña de Navidad y Reyes en mueble, decoración, regalo, bisutería, complementos, joyería, relojería, así como interesados en la temporada Primavera/Verano 24 de moda, calzado y accesorios, tienen desde hoy la posibilidad de registrarse y obtener su pase profesional a estas ferias.

Se ha establecido un periodo de descuento del 50% para todos los profesionales que adquieran su pase antes del próximo 15 de agosto, a un precio de 15€ la entrada, que además le permitirá el acceso a cualquiera de las cuatro ferias, con un único registro.

Igualmente, con la entrada a estas ferias, los visitantes podrán acceder a la plataforma LIVE Connect; un espacio en el que podrán conectar con los expositores de las cuatro ferias coincidentes y descubrir las novedades que presentarán. De igual manera, los profesionales también podrán conocer las últimas noticias y contenido sectorial en la Comunidad Lifestyle.

Así mismo, durante este periodo, los visitantes que adquieran anticipadamente su entrada también podrán disfrutar de exclusivos descuentos con las compañías de transporte oficiales (Iberia y Renfe) para sus traslados. Para los que opten por desplazarse a Madrid en avión, Iberia ofrece un descuento del 15% sobre el precio final, y en el caso de Renfe, la reducción en el precio de los trenes AVE será del 10%.

Los pases profesionales se pueden adquirir a través de la página web de cada feria y cualquiera de ellos le dará acceso a los cuatro salones: Intergift, Bisutex, Madridjoya y MOMAD.

La Semana del Lifestyle comenzará el miércoles 13 de septiembre con la inauguración de Intergift. Tras ella abrirán sus puertas Bisutex y Madridjoya, el jueves 14. Y MOMAD comenzará su actividad el viernes 15, y se prolongará todo el fin de semana. Las cuatro ferias finalizarán el domingo 17.

Descubre más información para cada una de ellas en sus páginas web: Intergift; Bisutex; Madridjoya; MOMAD.

Día Mágico + Fimi cierra su 10ª edición con un 13% más de compradores y un 18% del total de origen extranjero

La única feria del mundo de moda infantil y de comunión y ceremonia crece en 2023.



Día Mágico + FIMI ha cerrado las puertas de su edición más especial, que ha unido moda infantil y de comunión y ceremonia en un mismo espacio, y lo hace con resultados muy positivos. Así lo anunciaba el comité organizador del certamen tras una reunión de balance. “El volumen de negocio ha sido muy satisfactorio. Han hecho muchas ventas, tanto a nivel nacional como internacional.

Además, han abierto nuevos mercados”, ha asegurado Alicia Gimeno, directora del certamen al terminar la reunión.

Los datos son muy buenos. Día Mágico + FIMI crece más de un 13% en visitantes, a falta de los últimos datos y, además, amplía superficie de exposición. Casi 10.000 metros cuadrados de moda infantil, de comunión y ceremonia que han servido como escaparate comercial inigualable para los compradores, que en torno al 18% han sido extranjeros.

Una amplia oferta de 110 marcas

La directora de Día Mágico + FIMI ha querido dar las gracias por su colaboración a IVACE, Cámara València y ASEPRI (Asociación Española de Productos para la Infancia), que han trabajado junto a Feria Valencia en la campaña de compradores internacionales VIP. “Somos la única feria del mundo especializada en moda de comunión y ceremonia y eso nos convierte en un puente de unión entre el fabricante y el mundo”, ha destacado Gimeno.

Un total de 110 marcas han trabajado sin descanso durante los tres días que ha durado el evento y en el que se han podido ver colecciones enteras tanto clásicas, como románticas o rompedoras. Moda que se va adaptando a los cambios sociales.

Rec.0 cierra con gran éxito de asistencia

El centenar de marcas participantes se muestran muy satisfechas de las cifras de ventas.

El pasado 13 de mayo cerró la edición de primavera del Rec.0, el festival de pop-up stores del barrio del Rec de Igualada, que durante cuatro días ha reivindicado bajo el lema “Vota Rec” un plan urbanístico para el barrio igualadino que lo preserve y lo llene de vida.

En total han sido más de un centenar de marcas, repartidas en un gran circuito urbano de aproximadamente un kilómetro y medio, las que han podido vender sus stocks en cerca de sesenta curtidurías convertidas en tiendas de moda efímeras. Las marcas hacen un muy buen balance global de las ventas realizadas a lo largo de los cuatro días de festival.

A man with short, light brown hair and a beard is smiling broadly, wearing dark sunglasses and a dark green ribbed turtleneck sweater. He is leaning forward, and the background is a light-colored, textured wall. In the top right corner, there is a blue graphic element with the word 'PRIVATA' in white, serif, all-caps font. A small, light-colored tag with the word 'PRIVATA' is visible on the man's sweater.

PRIVATA

WWW.PRIVATA.COM

Futurmoda comienza los preparativos de su 50ª edición

Ya está abierto el plazo de comercialización de esta importante cita para el sector de los componentes para el calzado y la marroquinería, que se celebrará los días 18 y 19 de octubre en IFA.



Comienza la comercialización de la edición 50ª de FUTURMODA, la feria de los componentes para el calzado y la marroquinería. Este esperado evento se llevará a cabo los días 18 y 19 de octubre en IFA (Institución Ferial Alicantina), en Alicante, España.

FUTURMODA es una feria de carácter internacional, y una de las tres más importantes de Europa. En esta feria se dan cita más de 300 empresas de diferentes subsectores como son:

- Curtidos y pieles (40%)
- Componentes para el calzado como suelas, hormas, plantillas (18%)
- Textiles y sintéticos (15%)
- Adornos y complementos como hilos, trenzados, hebillas (16%)
- Productos químicos y materias primas (5%)
- Servicio de diseño gráfico, así como moldes y troqueles (3%)
- Empresas tecnológicas, medios de comunicación e instituciones. (3%)

En esta próxima edición las empresas expositoras mostrarán últimas tendencias y novedades para la temporada de OTOÑO-INVIerno 2024- 2025, así como los componentes y materiales ecológicos, que volverán a presentarse en el área del FUTURMODA

GREEN PLANET.

La organización ferial ha puesto en marcha todos sus activos para celebrar una cita muy especial, que esta ocasión vuelve a celebrarse sin tanto adelanto de fechas, atendiendo a las necesidades de los expositores y con el objetivo de que tanto expositores como visitantes tengan la oportunidad de alcanzar sus objetivos y optimizar sus estrategias de negocio.

25 años, 50 ediciones

Esta edición va a ser muy significativa ya que FUTURMODA cumple 25 años y 50 ediciones y es un buen momento para echar la vista atrás y ver todo el camino recorrido, así como dar las gracias al esfuerzo, trabajo y dedicación de todas las empresas que apoyan esta feria edición tras edición.

Con más de 300 expositores de países como España, Portugal, Italia, Alemania, China y Bangladesh, FUTURMODA promete ser una oportunidad única para descubrir las últimas tendencias y novedades en los componentes para el calzado y la maquinaria. Los visitantes podrán explorar una amplia gama de productos, desde suelas y adornos hasta materiales y tecnologías innovadoras para la fabricación de calzado.

El espacio dedicado a los componentes y materiales ecológicos ha experimentado un constante crecimiento en los últimos años. En este sentido, FUTURMODA Green Planet juega un papel fundamental en respuesta a la creciente demanda de los consumidores por productos responsables y sostenibles. En un momento en el que la conciencia ambiental está en alza, FUTURMODA seguirá posicionándose como un referente en el sector, al ofrecer opciones más sostenibles y comprometidas con el cuidado del medio ambiente.

La 7a edición del YOUTE FESTIVAL nombra a Agatha Ruiz de la Prada embajadora del Yute de Caravaca 2023

Agatha Ruiz de la Prada y el yute de Caravaca de la Cruz: pura química y pasión por el trabajo artesanal.



La Asociación CALZIA junto al Ayuntamiento de Caravaca y al Instituto de Fomento de la Región de Murcia presenta la imagen para esta 7a edición del ya reconocido YOUTE FESTIVAL.

Este 2023 se nombra Embajadora Yute de Caravaca a la diseñadora Ágatha Ruiz de la Prada que ha acompañado la presentación del cartel de esta renovada edición.

SEBIME promueve el showroom COMPONENTES KM.0 los días 1 y 2 de junio en Madrid



COMPONENTES KM.0 es un evento profesional que solo admite como visitantes a compradores especializados del sector, para garantizar la profesionalidad del evento. Este evento no está enfocado en la afluencia masiva, sino en la asistencia profesional y en el intercambio directo con los compradores sin intermediarios. La asistencia del público general está excluida. Además, cuenta con un intenso trabajo de promoción previo y posterior a la exposición.

ILM, la feria “indispensable” para el sector de la marroquinería, bolsos, artículos de viaje y complementos de moda

ILM Edition #158 tendrá lugar del 2 al 4 de septiembre de 2023 en Messe Offenbach.



El lema de este año de ILM Edition #158 llama la atención sobre el vínculo entre los negocios y la inspiración, subrayando una vez más su importante papel como interfaz para el comercio internacional de artículos de cuero, artículos de viaje, moda de bolsos y accesorios con alrededor de 6.000 visitantes.

El nuevo segmento SIDELINES de ILM representa ideas para regalos, tendencias creativas y accesorios de alta calidad y se presenta por primera vez en una llamativa marca para la Edición #158.

Futuro a la vista

En la nueva Plaza del Futuro, los visitantes pueden esperar conceptos futuros innovadores y prácticos para el comercio minorista de artículos de papelería. Estos conceptos están siendo desarrollados y presentados por Assima hoch 2 y SABU en cooperación con universidades seleccionadas, cuya colaboración global ILM promueve y apoya.

Equipo de contenido

El equipo de contenido es y sigue siendo una parte integral del equipo de ILM, capturando voces, emociones y negocios diarios en fotos e imágenes en movimiento en vivo en el sitio. Pero eso no es todo: el contenido creado se edita el mismo día para que ya esté disponible en el sitio web de ILM por la noche.

Con ILM Content Crew y Social Hub, no solo creamos contenido para nuestros canales de comunicación, sino que también queremos ofrecer un valor agregado real a las marcas en el sitio. Porque cuando llega al alcance de las redes sociales, el lema es: ¡juntos podemos hacer más!” dice Arnd Hinrich Kappe.

La 48ª Kastoria International Fur Fair 2023 cierra con buena nota

La feria ha cerrado su última edición “con una nota alta”, aseguran fuentes de la organización de la Feria Internacional de la Piel de Kastoria (KIFF). Organizado por la Asociación de Pieles de Kastorian (KFA), el KIFF de 2023 tuvo lugar del 27 al 29 de abril en el Centro Internacional de Exposiciones de Kastoria, el centro de exposiciones certificado más grande y contemporáneo de los Balcanes.

Un total de 85 expositores de Grecia, Italia, Hungría, Alemania, Croacia y Finlandia tuvieron la oportunidad de presentar sus nuevas colecciones.

Expo Riva Schuh & Gardabags destaca a España como “uno de los mercados internacionales más importantes para la producción y venta de calzado y marroquinería”

Expo Riva Schuh & Gardabags Around the World es una iniciativa de Expo Riva Schuh & Gardabags para acercar su feria a las instituciones, fabricantes y distribuidores de la industria en todo el mundo con numerosos eventos específicos, visitas a empresas y reuniones personales. España ha sido el foco más reciente de la iniciativa.

España ha sido considerada durante mucho tiempo como uno de los polos productivos internacionales más importantes.

Estas cifras demuestran claramente el importante papel de España dentro de la oferta de Expo Riva Schuh & Gardabags.

Durante su reciente viaje a España, Expo Riva Schuh & Gardabags conoció a varios de los que cada año llenan sus pabellones feriales con magníficas colecciones de zapatos y bolsos, encontrando la mezcla perfecta entre calidad, materiales y detalles cuidadosamente seleccionados, atención al precio y contenidos innovadores y sostenibles.

Con visitantes de todo el mundo y más de 40 países representados entre las empresas expositoras, Expo Riva Schuh & Gardabags, organizada por Riva del Garda Fierecongressi SpA, es la principal feria internacional dedicada al calzado de volumen, marroquinería y accesorios.

La próxima edición se celebrará del 17 al 20 de junio de 2023, en el Recinto Ferial de Riva del Garda.

Emitex 2023 cierra con la participación de 100 empresas proveedoras y la visita de más de 9.000 profesionales

Emitex es el punto de encuentro de todo el sector textil, el escenario ideal para que los confeccionistas puedan generar nuevos contactos y obtener información imprescindible acerca de dónde abastecerse para sus próximas colecciones. Las empresas expositoras exhibieron fibras hilados, tejidos, avíos, máquinas de estampación digital, plotters para tizada y robots de corte, además de servicios para la confección.

La Gerente de Proyecto de la exposición, Andrea Lippi, se refirió a la gran convocatoria que tuvo esta edición: “Estamos muy contentos por el resultado de Emitex 2023, tuvimos mucha más afluencia de visitantes que en la edición anterior. En los pasillos de la exposición se vivió un clima de negocios increíble. Tuvimos 20 expositores nuevos que desean regresar el próximo año, lo que habla del éxito que tuvo la convocatoria. Realmente esta edición fue más de lo que esperamos”. Y agregó: “Esperamos a todos en la edición 2024 donde, como todos los años pares, se unen Simatex y Confemaq. Planeamos incorporar nuevos espacios con nuevas temáticas y seguir demostrando el potencial que tiene nuestra industria”.

La próxima edición de Emitex se realizará en mayo de 2024 en conjunto con Simatex -la Exposición Internacional de Maquinaria Textil- y Confemaq -la Exposición Internacional de Maquinaria para la Confección.

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:

