

PUNTO MODA

NÚMERO 344 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

**Andrew Pocrid y
Simorra, las dos últimas
incorporaciones para
MBFWMadrid**

**Expo Riva Schuh & Gardabags
cumple 50 años en 2024
y celebrará por todo lo alto
sus 100 ediciones**

ENCUENTRANOS EN



ILM

2 - 4 | 9 | 2023
OFFENBACH

business & inspiration



it's a match!

GET YOUR
TICKET NOW

[WWW.ILM-
OFFENBACH.DE](http://WWW.ILM-OFFENBACH.DE)

AT THE LEADING FAIR
FOR LEATHER GOODS, BAGS
AND ACCESSORIES.

#ILMOFFENBACH
WWW.ILM-OFFENBACH.DE

EDITION #158



Nuestra Portada:
Puma Cali Court

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

Redacción:
José Antonio Blanco - Elena Sisó

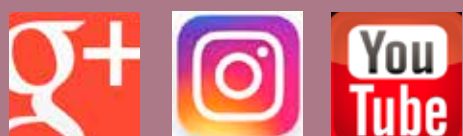
Departamento Comercial:
essl@edicionessibila.com

Administración:
essl@edicionessibila.com

Edita:
Edicions Sibil-la, S.L.
Diputació, 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.



Las ventas de moda aumentan un 4,9% en los comercios el mes de junio, según el Barómetro Acotex

Las ventas del mes de junio se han incrementado un 4,9% con respecto a 2022 quedando el acumulado anual en +4,2%.

Un incremento de ventas moderado, estima la organización, que considera que el inicio de las rebajas no han sido muy buenas.

El mes de julio "lo vemos con mucha incertidumbre con respecto al consumo y ver cómo responde el consumidor. Por un lado, al tener menos renta disponible (tipos de interés en las hipotecas y/o préstamos) y por otro lado el ambiente político / elecciones suele traer consigo cierta inestabilidad y contracción del consumo", avanzan desde la organización.

Este ligero incremento de ventas en junio respecto al año pasado se debe a que las ventas que no se hicieron en el mes de mayo debido a la climatología y se han trasladado al mes de junio, explican fuentes de Acotex.

El comercio electrónico superó en España los 72.000 millones de euros en el 2022, un 25% más que el año anterior

La facturación del comercio electrónico en España aumentó en el cuarto trimestre de 2022 un 16,2% interanual hasta alcanzar los 19.650 millones de euros, según los últimos datos de comercio electrónico disponibles en el portal CNMCData.

Los sectores de actividad con mayores ingresos fueron las agencias de viajes y operadores turísticos, con el 7,0% de la facturación total; las prendas de vestir, con el 6,9% y el transporte aéreo, en tercer lugar, con el 5,0%. Fuente: CNMC

La Comisión Europea propone nuevas normas en economía circular para los textiles

La Comisión Europea propuso el pasado 5 de julio nuevas normas para que los productores sean responsables en todo el ciclo de vida de los productos textiles y para apoyar la gestión sostenible de los residuos textiles en toda la UE. Esta iniciativa acelerará el desarrollo del sector de la recogida separada, la clasificación, la reutilización y el reciclado de productos textiles en la UE, en consonancia con la Estrategia de la UE para unos textiles sostenibles y circulares.

Se espera que el aumento de la disponibilidad de textiles usados cree puestos de trabajo locales y ahorre dinero para los consumidores en la UE y fuera de ella, al tiempo que se mitigan los efectos de la producción textil en los recursos naturales.

La Comisión propone introducir regímenes obligatorios y armonizados de responsabilidad ampliada del productor para los productos textiles en todos los Estados miembros de la UE. Los sistemas de responsabilidad ampliada del productor han logrado mejorar la gestión de los residuos de varios productos, como los envases, las baterías y los equipos eléctricos y electrónicos.

Los productores cubrirán los costes de la gestión de los residuos textiles, lo que también les ofrecerá incentivos para reducir los residuos y aumentar la circularidad de los productos textiles, diseñando mejores productos desde el principio. La cantidad que pagarán los productores al régimen de responsabilidad ampliada del productor se ajustará en función del comportamiento medioambiental de los productos textiles, principio conocido como «ecomodulación».

El Observatorio Textil y Moda (OTYM) pone de manifiesto su papel con interlocutor entre administraciones, entidades financieras y fondos de inversión para impulsar la sostenibilidad

El Reglamento de Eco-diseño propone alargar el ciclo de vida del producto -ligado muy a menudo a conceptos tales como utilidad, adaptación, percepción y durabilidad- pero, también, la reducción de los recursos consumidos en su producción, distribución y conservación -con índices tales como huella de carbono- así como su reintroducción en las cadenas productivas -circularidad- una vez el producto alcanza su consideración de residuo. Este Reglamento tendrá un impacto significativo en los procesos de transformación de las cadenas de valor textiles europeas.

El Observatorio Textil y Moda (OTYM) viene actuando como interlocutor privilegiado con las administraciones públicas para el PERTE de Economía Circular en su línea de textil, con las organizaciones financieras para impulsar las inversiones en la circularidad, sostenibilidad y descarbonización de la Industria y con fondos de inversión en infraestructuras socialmente responsables para facilitar la adaptación progresiva de las cadenas de valor textiles españolas antes las elevadas necesidades financieras que requerirán estos procesos de transformación, explican fuentes del Observatorio.

Consenso entre las obligaciones de las empresas y el comportamiento de los consumidores
De acuerdo con su artículo 37 estas obligaciones para las empresas se centrarán resumidamente en:
a) el diseño de los productos de forma que se reduzca su impacto ambiental,
b) el establecimiento de sistemas de depósito que garanticen la devolución de las cantidades depositadas y el retorno del producto para su reutilización o del residuo para su tratamiento y
c) la responsabilización total o parcial de la organización de la gestión de los residuos asumiendo el coste de las actividades.

Mango dispara sus ventas un 20% en el primer semestre



La compañía concluye los seis primeros meses del año con una facturación de 1.451 millones de euros, un 20% más que el mismo periodo del año anterior y hasta un 30% más que en el mismo periodo de 2019, rebasando las cifras prepandemia.

El primer semestre estuvo marcado por la buena evolución de Mango en mercados clave como España, Estados Unidos, Turquía, Italia e India, donde la compañía cuenta con ambiciosos planes de expansión.

Asimismo, Mango afianza su ecosistema de canales y partners, con más de 40 aperturas netas desde el pasado diciembre para superar los 2.615 puntos de venta en todo el mundo, y un crecimiento de su negocio online cercano al 10% respecto al mismo periodo del año anterior.

En 2030, el 40% de las fibras utilizadas por todas las enseñas del Grupo Inditex serán recicladas



La Junta de Accionistas de Inditex aprobó en su reunión del pasado 11 de Julio las cuentas anuales correspondientes al ejercicio 2022 y la distribución de un dividendo total de 1,20 euros por acción durante el presente ejercicio.

En la misma Junta, Óscar García Maceiras anunció los nuevos objetivos de sostenibilidad del Grupo, que supondrán que en 2030 el 100% de las fibras textiles utilizadas por Inditex tengan un menor impacto ambiental, incluyendo materiales fruto de la innovación tecnológica, tejidos reciclados y materias primas procedentes de agricultura orgánica y regenerativa.

El Grupo El Corte Inglés supera los 15.327 millones de euros en volumen global de ingresos, lo que supone un 22,5% más que el año anterior



El Grupo El Corte Inglés ha cerrado el ejercicio 2022 (a fecha 28 de febrero de 2023) con un volumen global de ingresos de 15.327 millones de euros, lo que supone un incremento del 22,5% respecto al año anterior. El Ebitda ha alcanzado los 951,4 millones de euros, un 18,3% más que del año anterior, acompañado de un crecimiento de la rentabilidad.

Esta mejora viene determinada por la buena evolución del negocio, la optimización de costes y los aciertos en la gestión, lo que ha permitido consolidar la senda del crecimiento y alcanzar los mayores beneficios de los últimos años, a pesar de la situación económica, del efecto que la inflación y los tipos de interés provocan en las familias, y del impacto negativo que supone el elevado precio de la energía.

En este contexto, el beneficio neto recurrente ha alcanzado los 207 millones de euros, el más alto de los últimos años, pese al lastre que ha supuesto el incremento en 150 millones de euros el coste de la energía. También ha crecido de forma importante el beneficio neto total que se ha situado en 870 millones de euros, la mayor cifra lograda hasta el momento, gracias a los extraordinarios.

La fortaleza financiera del Grupo El Corte Inglés se ve también reflejada en la disminución de la deuda financiera neta, que se sitúa en 2.295 millones de euros, el nivel más bajo de los últimos 15 años. Esta sólida posición financiera, junto a la fuerte recuperación de la rentabilidad, van a permitir al Grupo abordar nuevos proyectos de cara al futuro.

El ecosistema omnicanal de Tendam impulsó sus ventas un 9% en el ejercicio 2022



Sobre la evolución de la compañía durante el año Jaime Miquel, presidente y consejero delegado de Tendam ha destacado: "2022 ha estado protagonizado por el significativo impulso que hemos dado a la agenda de transformación diseñada en 2020 y que nos ha llevado a convertir a Tendam en un ecosistema omnicanal único y diferencial, rentable y con alta capacidad de crecimiento. Nuestras palancas estratégicas bajo el paraguas Tendam 5.0 fueron claves para

seguir ganando cuota de mercado y desarrollar un modelo de omnicanalidad real que da acceso al cliente siempre y en cualquier lugar".

Tendam Brands, la sociedad dominante de Tendam, uno de los principales grupos omnicanal de Europa en el sector de moda especializada y la segunda compañía en el mercado español por cuota de mercado, anuncia hoy sus resultados para el periodo comprendido entre el 1 de marzo de 2022 y el 28 de febrero de 2023, que se corresponde con su ejercicio fiscal 2022/23.

En el ejercicio 2022 las ventas totales de Tendam subieron en un +8,8% frente al año anterior, hasta alcanzar los 1.211,1 millones de euros. A superficie comparable las ventas crecieron un +10,4% versus el 2021 y fueron un +9,2% superiores a las de 2019. El negocio digital, que aumentó un 10,6% sobre 2021, ya representa el 19% de las ventas totales en España.

A superficie comparable, todas las marcas evolucionaron positivamente frente a los dos años anteriores confirmando su acertado posicionamiento y el de sus colecciones.

MICAM⁹⁶
M I L A N O

walk your way



← if you are a buyer
scan the QR code
& get your free ticket



#micam
#walkyourway
themicam.com

Supported by

madeinitaly.gov.it |



Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation



ITALIAN TRADE AGENCY

MICAM Milano 96
SS 2024 footwear collections

September 17–20, 2023
fieramilano (Rho)

Mil historias caben en un único verano: Desigual lanza la campaña 'Summer Stories'



Llega a tiendas, a [desigual.com](https://www.desigual.com) -y a las calles y playas de las ciudades- la campaña 'Summer Stories' de Desigual. Se trata de la apuesta de la marca para este verano, una temporada en la que caben infinidad de momentos para disfrutar, relajarse y divertirse.

Escote asimétrico y con tirante espagueti, el top estival de la firma Project X Paris



Este top se ha convertido en un must-have para el verano, gracias a su estilo moderno y su versatilidad para llevarlo con cualquier look.

Un baño de inspiración "K": a través de los caftanes de Charo Ruiz



Charo Ruiz, como la firma de moda ibicenca por excelencia del verano, quiere que todas las mujeres luzcan estilizadas y sofisticadas tanto si navegan por el mediterráneo como si se relajan en el chiringuito, demostrando que el cuerpo está hecho para ser visto a través de los caftanes.

Duarte reinventa sus diseños más icónicos junto a Moda Fabrique

Se han diseñado prendas y estampados específicamente para la ocasión de forma que representen las identidades de ambas empresas y clientes. Combinando estética y utilidad, esta colección resulta perfecta tanto para el día como para la noche.

DUARTE es una firma de pret-à-porter que combina la elegancia con un estilo vanguardista y atemporal. Fundada en 2016 por Carlos Duarte, la marca se inspira en la ciudad de Madrid y en su cultura cosmopolita para crear prendas únicas y versátiles.

La filosofía de DUARTE se basa en la calidad y la atención al detalle. Todas sus prendas están confeccionadas con materiales de alta calidad y cuidando cada uno de los acabados para conseguir un resultado impecable.

DUARTE cuenta con una amplia variedad de productos, desde vestidos y chaquetas hasta accesorios y complementos. Sus diseños se caracterizan por una gran versatilidad, pudiendo combinarse tanto para un look casual como para uno más formal.

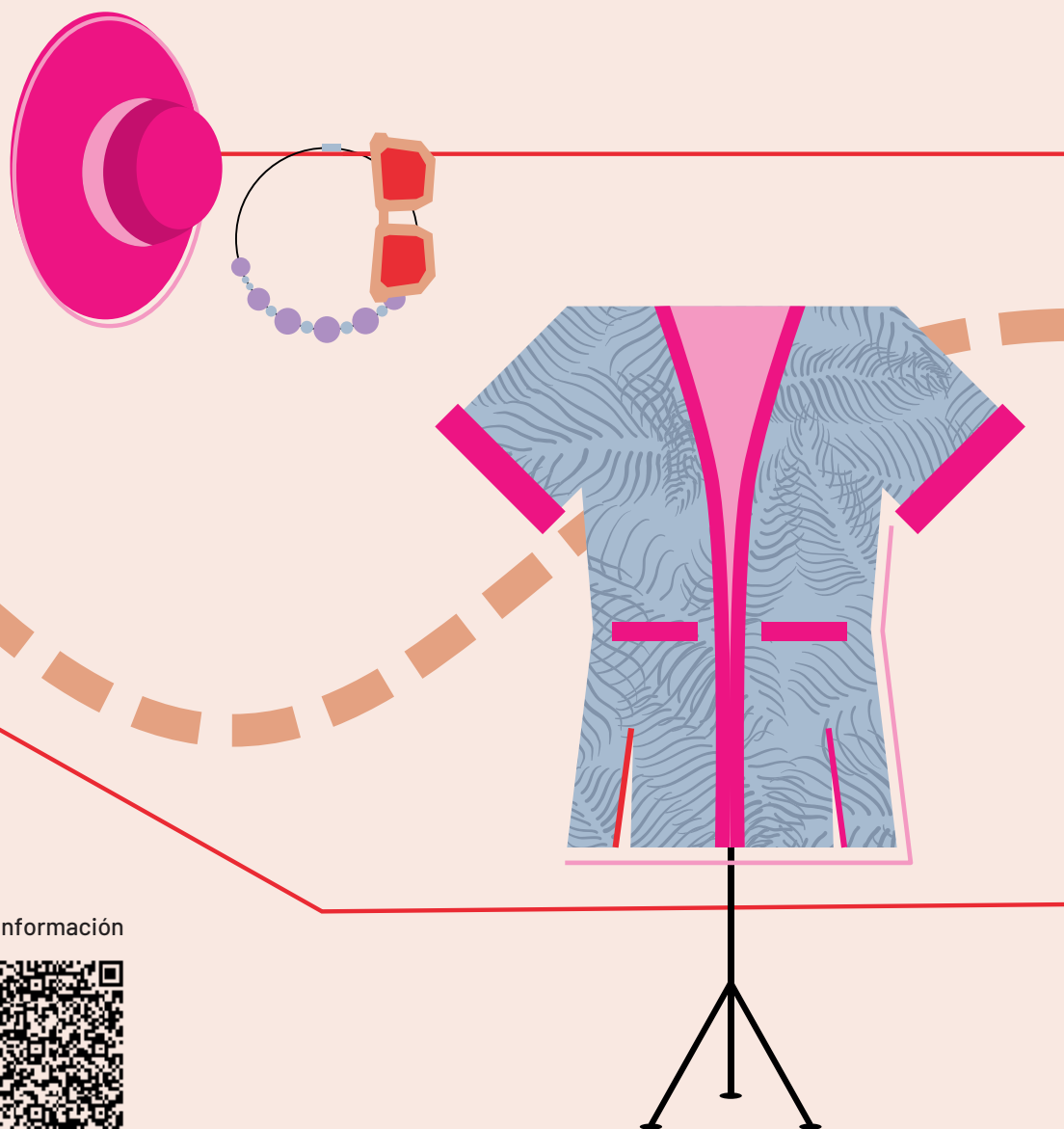


MOMAD

Profesional

En coincidencia con

bisutex
intergift
madridjoya



Más información



Salón Internacional de Moda,
Calzado y Accesorios.

15-17
Sep

2023

Recinto Ferial
ifema.es



Descubre la colaboración entre la firma Pedro Gómez y 404 Studio



La mítica firma madrileña Pedro Gómez presentó durante la pasada edición de la pasarela 080 de Barcelona una colaboración exclusiva de dos abrigos de plumón de edición limitada para complementar las propuestas de la colección FW23 de la marca española 404 Studio.

Prendas cómodas, unisex y que sigan las tendencias de la calle, así debe de ser el vestuario laboral según los españoles



Monza, la marca de confianza en vestuario laboral, con motivo de la celebración de su 65 aniversario, ha elaborado el 'I Estudio sobre el Sector Laboral Textil en España'. En este sentido, más del 90% de los profesionales de sector sanitario reconoce la importancia de la vestimenta laboral y casi el total de los trabajadores españoles que utilizan ropa de trabajo asegura que su vestimenta laboral es adecuada para desarrollar las tareas que desempeña.

Gazpacho look: la tendencia que se inspira en el folclore español y que te ofrece la firma Señorita



Penélope, Rosalía, Paz Vega, Lola Flores, Carmen Maura... Mujeres que llevan en la sangre una herencia que se ve reflejada en todo su armario. Una tendencia que reinventa la cultura y herencia españolas para vestir a la mujer contemporánea. Poderío!

La primera colección de la firma Señorita, compuesta por nueve piezas que toman inspiración del folclore español, está pensada para formar parte del armario de la mujer del siglo XXI que traza su propio camino, es ciudadana del mundo y destila confianza por los poros.

Las prendas de Señorita se han confeccionado íntegramente en talleres artesanos españoles, seleccionando con mimo las telas, los encajes y la manufactura, y por eso respiran la autenticidad del estilo español.

La exposición "El secreto del glamour" de Hannibal Laguna



35 años, 35 diseños y 35 momentos icónicos de la firma Hannibal Laguna recorren la exposición "El Secreto del Glamour", un particular desfile por la historia de la reconocida marca con la feminidad, el romanticismo y la sofisticación como ejes centrales. La muestra se puede ver en el Palacio Provincial de la Diputación de Alicante hasta el 15 de septiembre.



Day/Night Serum Ampollas

Ampollas concentradas de Day Serum y de Night Serum

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



www.colmarinecosmetics.com

Nueva colección de baño Summer Glow de Triumph, diseños frescos y favorecedores para todo tipo de cuerpos



Esta temporada, la marca encabeza diseños que se inspiran en la realidad de la vida de las mujeres. Trajes de baño híbridos que satisfacen las necesidades corporales y emocionales de las mujeres para que se sientan lo mejor posible, de la playa a la calle.

Triumph entiende que no hay dos cuerpos iguales. Pero, más allá de lo físico, también reconoce que la sensación de confort y bienestar emocional varía de una persona a otra.

Por ello, su compromiso principal se centra en la celebración del individuo: celebrar las diferencias que hacen únicas a las mujeres, desde sus puntos de vista, actitudes y forma individual de ver el mundo. Además, la creación de trajes de baño multifuncionales y de diseño modular, para que se adapten perfectamente al estilo de vida de las mujeres y dejen espacio para su expresión individual.

La camisa se convierte en el complemento perfecto para tus looks de playa con Red Point



Dentro de la colección para este verano 2023 encontramos el modelo Malta, un clásico de la marca y que está disponible en una paleta de 10 tonalidades.

Desde los colores más básicos como el blanco, el negro o el azul, a otros con más personalidad como el color coral, el verde pistacho o el color frambuesa.

Es un modelo 100% algodón, perfecto para los días más calurosos del verano, con cuello mao y manga al codo.

Venus, ¡la firma de bañadores con tejidos ecológicos que necesitas este verano!



La firma es pionera en el sector de la moda baño de nuestro país, cuenta con una materia prima de alta calidad, unos patronajes cuidados hasta el más mínimo detalle y unos diseños que hacen que todos sus bañadores y bikinis se adapten al cuerpo de cualquier mujer.

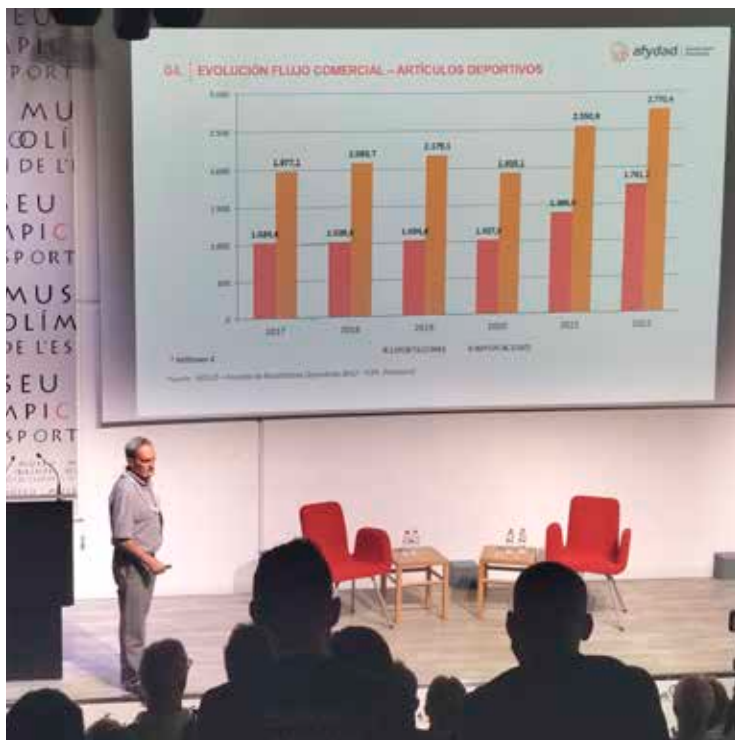
Venus quiere ir un paso más allá y, por tercer año consecutivo, apuesta por los materiales ecológicos para diseñar hasta el 80% de los diseños de su nueva colección.



PRIVATA

WWW.PRIVATA.COM

Las ventas del sector de artículos deportivos en España alcanzaron en 2022 los 8.993,29 millones de ventas, un 4,61 % más que el año anterior



elPulpo se convierte en el nuevo traje oficial de la RFEF y en colaborador de la Selección Española de Fútbol



La firma internacional de moda gallega ha suscrito un acuerdo con la Real Federación Española de Fútbol (RFEF). Este acuerdo, que tendrá una duración inicial de 3 años, se alargará hasta el 2026, año en que se disputará la Copa Mundial de la FIFA México/Estados Unidos/Canadá 2026. Además del traje oficial, elPulpo diseñará una colección cápsula exclusiva elPulpo x RFEF.

La colección Nike x Martine Rose redefine el estilo del fútbol femenino



La diseñadora Martine Rose elimina las barreras del estilo futbolístico masculino y femenino con prendas sin género como una evolución de la vestimenta de los jugadores y una manera de extender la cultura del deporte a las nuevas generaciones.

Las clásicas Puma Palermo OG están de vuelta



El nuevo modelo presenta la paleta de colores original en azul y blanco con una construcción retro en forma de T de la puntera, una suela clásica de goma y la etiqueta distintiva con el logo de la marca en dorado y el gato de PUMA en el talón.

El pasado miércoles 28 junio AFYDAD, la Asociación Española de Fabricantes y Distribuidores de Artículos Deportivo, organizó una jornada en el Museu Olímpic i de l'Esport de Barcelona para todo el sector deportivo.

Durante la jornada, AFYDAD presentó las actividades realizadas y los futuros proyectos liderados por las diferentes comisiones, como la organización de FITUR Sports 2024. Además, se dio a conocer la nueva comisión de inclusión.

También se presentaron los principales resultados del Estudio de Mercado del Sector de Artículos Deportivos realizado por Sportpanel para AFYDAD.

La jornada contó también con las intervenciones de Barcelona Sports Hub, que presentó el nuevo proyecto y las posibilidades que ofrece a la industria del material deportivo y la intervención de la consultora FI Group, que dio a conocer diferentes ayudas e incentivos para las empresas.

Se presentaron además las novedades de la próxima edición de ISPO Munich, la feria internacional de referencia para el sector deportivo y el nuevo proyecto del Clúster Internacional Pádel, la Padel World Summit 2024.

Durante el evento los asistentes tuvieron la posibilidad de hacer networking con otras empresas del sector deportivo durante el desayuno ofrecido por ISPO y finalizar la jornada con una visita al Museu Olímpic i de l'Esport.



sondress **SLIM**

+ natural
naturalmente

PANTALÓN FITNESS

ANTICELULÍTICO
HIDRATANTE
REDUCTOR

sondress **SLIM**

SIEMPRE
GUAPA

SIEMPRE ACTIVA

SIEMPRE SANA

www.sondress.com

Calzatic expone la importancia de la Inteligencia Artificial en el sector del calzado



La Inteligencia Artificial está cada día más presente en la sociedad, una tecnología puntera que será clave en diferentes industrias como es la del calzado. La Asociación Valenciana de Empresarios del Calzado (Avecal), en colaboración con Clavei y la Dirección General de Industria de la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo ha organizado esta mañana organizó la III edición de Calzatic, evento presencial y online impulsado con el objetivo de descubrir la última tecnología aplicada al calzado y conocer la visión de las empresas del sector a través de casos de éxito.

La presidenta ejecutiva de AVECAL, Marian Cano, recordó que las empresas del calzado “no debemos bajar la guardia, pues el ritmo del consumo se está ralentizando y la moda siempre es en las que más repercute. Por eso debemos seguir trabajando, por el gran potencial de este, nuestro sector, con las herramientas que hay en el mercado, nuestra transformación digital es una necesidad y aplicar tecnologías como la inteligencia artificial serán claves en un futuro cercano”.

Tras ella, comenzaron las ponencias y mesas de debate:

‘Cómo explotar la IA en Moda Calzado y no morir en el intento’

‘IA aplicado a la venta en el Calzado, pros y contras’

‘Tecnología y automatización en la producción del calzado’

‘Producción y tecnología en calzado. Desafíos y oportunidades’

Cerraron la jornada, Salvador Navarro, presidente de CEV y Rosana Perán, presidenta de FICE, quienes pusieron en valor la industria del calzado en la región y la necesidad de adaptarse a las nuevas tecnologías para continuar creciendo y mantener su liderazgo.

La industria italiana del calzado crece un 16,6% en ventas y un 16,1% en exportación



El primer trimestre de 2023 vio continuar la recuperación del sector del calzado italiano, con un aumento de la facturación del +13,6% en comparación con el mismo período del año anterior, informan fuentes del Centro de Investigación Confindustria Moda para Assocalzaturifici, que también muestra una mejora en la balanza comercial (+21%).

“Después de batir otro récord con el saldo final de las exportaciones en 2022 (12.650 millones de euros, +23 % con respecto a 2021), el crecimiento de las exportaciones continuó, con un aumento adicional del valor del +16,1 %”,

explica Giovanna Ceolini, presidenta de Assocalzaturifici. “En particular, todos los 20 destinos internacionales principales para el calzado italiano, con la única excepción de Suiza (7,8%), experimentaron aumentos en el valor, que casi siempre fueron de dos dígitos. Sin embargo, la situación es diferente para los volúmenes, ya que América del Norte se desaceleró notablemente (19,4 %) y se observaron descensos en Alemania (8,8 %), Reino Unido (10,1 %) y en los flujos directos a Suiza (24,8 %). Hubo una fuerte recuperación en Rusia y Ucrania, aunque cabe señalar que en marzo del año pasado, inmediatamente después del inicio del conflicto, las ventas a estos dos mercados se habían desplomado; los resultados para Kazajistán (+77% en valor) fueron muy positivos. La recuperación en el mercado interno también continuó (+8,2% en compras de hogares durante el primer trimestre de 2022)”.

Motivos de preocupación

Sin embargo, a pesar de la evolución favorable de las principales variables económicas, aún existen motivos de preocupación. De hecho, hay varias señales de una desaceleración en el crecimiento (que es hasta cierto punto natural), después de la recuperación en forma de V en 2021 y la mayor consolidación en 2022. A pesar de una tendencia algo desigual entre las empresas, esta recuperación permitió que el sector como un todo vuelva a los niveles de ingresos anteriores a Covid en 2019. Las previsiones de ingresos de las empresas a partir del segundo trimestre siguen siendo positivas, pero parecen enfriarse progresivamente; en términos de volumen, la desaceleración es aún más evidente, con algunas disminuciones ya emergiendo en comparación con el 1T 2022. En los primeros 3 meses del año, los volúmenes de exportación se contrajeron ligeramente (2 %) al igual que la producción (1 %, según el índice ISTAT de la producción industrial).

“La encuesta realizada por el Centro de Investigación Confindustria Moda entre nuestros miembros”, señala Giovanna Ceolini, “también reveló que los altos precios de la energía y las materias primas son actualmente el mayor problema para las empresas de calzado, debido a su impacto en los balances. Las respuestas de la encuesta también confirmaron el endurecimiento del crédito bancario en los últimos meses según lo informado por el Banco de Italia e Istat: hasta el 39 % de la muestra informó nuevas restricciones (esta cifra aumenta al 51 % cuando excluimos las empresas que actualmente no utilizar facilidades de crédito). Finalmente, el análisis confirmó nuevamente las dificultades del sector para encontrar mano de obra calificada, con el 84% de los empresarios identificando esto como un problema importante para sus negocios”.

El informe también muestra que el proceso de selección entre empresas continúa (con 107 empresas menos activas respecto a diciembre, es decir, 2,8%), mientras que el número de empleados se mantiene bastante estable (0,3%). Después del pico excepcional durante la pandemia, el número de horas autorizadas de apoyo salarial en el sector del cuero volvió a caer (20,4% en los primeros cinco meses), a pesar de una reversión de esta tendencia en abril/mayo (+12,6%): hubo 5,7 millones de horas autorizadas en total, todavía un +76,2 % más que en los primeros 5 meses de 2019, antes de Covid.

Volviendo a las exportaciones, el desglose por tipo de producto revela tendencias desiguales. El segmento de calzado con capellada de cuero el segmento líder, que representa el 63% del valor de las exportaciones es el único que ha aumentado en el primer trimestre tanto en valor (ligeramente por encima de la media, +18,6%) como en volumen (+ 1,4%) en comparación con el mismo período de 2022; sin embargo, los volúmenes siguen cayendo notablemente en comparación con 2019 (16,6%).

FUTURMODA

FASHION TREND SELECTION THE BEST FOR SHOES & BAGS



IFA - ELCHE - ALICANTE - SPAIN

ANNIVERSARY
CELEBRATION

50 EDITION

ASOCIACION ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO



FALL WINTER 24-25

18-19 OCTOBER 2023



WINTER
EDITION

INTERNATIONAL FAIR OF LEATHER, COMPONENTS AND
MACHINERY FOR FOOTWEAR AND LEATHERGOODS
WWW.FUTURMODA.ES

Completa tu viaje con las mochilas, bolsas y accesorios de la línea unisex Lab Style de SCHARLAU



La colección Lab Style diseñada para el hombre y la mujer presenta una gama de modernas mochilas, bolsos mensajeros y otros pequeños accesorios para el uso diario, el trabajo y los viajes. Una divertida combinación de colores juveniles.

Aristocrazy: Oda al Bambú



El bambú, una planta adorada en todo el mundo tanto por su exotismo y capacidad ornamental como por esa extraordinaria solidez y resistencia que les ha convertido, desde hace milenios y hasta hoy en día, en confiables materiales de construcción. Por eso, inspirándose una vez más en la naturaleza, Aristocrazy te presenta una oda a los bambúes, también símbolo de fortuna y prosperidad en todo el planeta, incluidas Europa y la Antártida, únicos lugares en los que no crece de manera natural.

DELSEY PARÍS desde 1946, viajando con espíritu libre



Siempre a la vanguardia, DELSEY PARIS se adelanta a las necesidades de transporte que surgen en cada época, desarrollando productos adaptados a la nueva movilidad urbana, a las bicicletas, a los scooters o a las motocicletas que requieren un equipaje ligero, práctico y modular.

UNOde50 presenta Shining Summer, una selección de joyas para brillar este verano



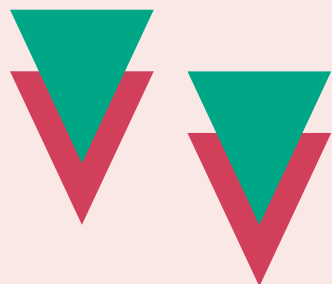
UNOde50 ha creado una selección para este verano en la que apuesta por el color. Todas las joyas de Shining Summer son diseños únicos bañados en oro de 18 quilates y plata de ley, acompañados con algunos de los materiales más utilizados por la marca de joyería española, como el cuero, los cristales facetados o el cristal de murano multicolor.

bisutex

Profesional

En coincidencia con:

intergift
madridjoya
MOMAD



Más información



**Salón Internacional de
la Bisutería y Complementos.**

**14-17
Sep**

2023

Recinto Ferial
ifema.es



Ya puedes registrarte como visitante en la tercera edición de KM0 Moda, del 13 al 15 de septiembre, en IFEMA

Ya puedes registrarte como visitante a la 3ª edición de KM0 Moda, la cita para profesionales de la producción de proximidad organizada por ASECOM, junto con la CAM y la colaboración de Fedekon, la Agrupación del Género de Punto (AEGP), Modacc,

Fitex y Confederación ModaEspaña

Tal y como avanzamos en edicionessibila.com, el evento ha cambiado de fechas y ubicación. Unos cambios que suponen sin duda un gran paso hacia adelante en las sinergias con los profesionales del sector. Así, el certamen incluye un día más en su calendario, se ajusta a las fechas de Momad (del 15 al 17 de septiembre) y cambia su ubicación anterior, el Palacio de Santoña, por el Centro de Convenciones Norte de IFEMA los días 13, 14 y 15 de septiembre.

KM0 Moda se convierte así en la antesala del Salón Internacional de Moda, Calzado y Accesorios, haciendo todavía más interesante y atractiva la presencia de todo profesional del sector, gracias a la coincidencia en lugar y fechas de estos certámenes.

En formato híbrido, KM0 Moda lanzará además un directorio digital con las empresas expositoras, que se podrá consultar durante un año. Asimismo, potenciará también los valores de la etiqueta MÑ – MODA ESPAÑA.

Esta nueva edición de la Feria Kilómetro 0 Moda reunirá por tercera vez a talleres de confección, géneros de punto, estampación, patronaje, corte, acabados, complementos textiles, etc., así como a empresas de servicios auxiliares para el sector (empresas de logística, tecnológicas, digitales, reciclaje, etiquetas, fornituras, etc.) y las marcas y empresas del sector textil y de la moda, comercios y distribuidores.

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

Andrew Pocrid y Simorra, las dos últimas incorporaciones para MBFWMadrid



El diseñador cordobés, Andrés Pozuelo, y la firma Simorra, cierran el calendario de creadores que desfilarán en IFEMA MADRID desde el jueves 14 al sábado 16 de septiembre.

MOMAD impulsa Fashion Inspiration Day, la jornada formativa para mejorar los negocios de moda



Se abordarán contenidos multidisciplinares esenciales para optimizar el negocio multimarca de moda, desde el escaparatismo y el valor de la decoración en la imagen de marca, hasta la Asesoría de Imagen como impulsora en la dinamización de un negocio, pasando por recursos de marketing y comunicación efectivos y transformables en ventas, entre otros. Todo ello con la vista puesta en mejorar la experiencia del cliente en su visita a las boutiques.

Fashion Inspiration Day estará dirigido a los profesionales del retail multimarca del sector de la moda, el calzado y los accesorios, y se celebrará el sábado 16 de septiembre, en horario de 16:00h a 19:30h, coincidiendo con la celebración de MOMAD.

En esta jornada participarán un nutrido grupo de profesionales vinculados al sector retail y la imagen de marca, así como enfocado al marketing y la comunicación.

Madridjoya: foro internacional de las grandes tendencias en joyería

En la próxima temporada triunfarán los metales cálidos como el oro rosa, el bronce y la plata vermeil. Los diseños serán arquitectónicos y esculturales. Se volverá a dar la bienvenida a las perlas, también destacan las joyas cuajadas de cristales. En relojería se presentan colecciones con gran diversidad en el estilo.

La celebración de Madridjoya coincidirá con Intergift, entre los días 13 y el 17; Bisutex, entre el 14 y 17; y MOMAD, entre el 15 y el 17 de septiembre.



Bisutex apuesta por el diseño y la creatividad en bisutería y complementos de moda para la próxima temporada



Se darán cita en este Salón empresas llegadas de países como Alemania, Brasil, Colombia, España, Estados Unidos, Francia, Grecia, Indonesia, Italia, México, Países Bajos, Portugal o Turquía entre otros.

A dos meses para su celebración, el evento profesional de bisutería y complementos más importante de la Península Ibérica registra prácticamente un éxito total de comercialización. La próxima edición de Bisutex, se celebrará, del 14 al 17 de septiembre de 2023, organizada por IFEMA MADRID.

Expo Riva Schuh & Gardabags cumple 50 años en 2024 y celebrará por todo lo alto sus 100 ediciones



Las Cien Ediciones de Expo Riva Schuh & Gardabags, que también significan unos 50 años de exposiciones, se celebrarán a lo largo de todo el 2024. Será más que una forma de conmemorar un logro o el arduo trabajo y la dedicación de tantas personas. Será una oportunidad para mantener y fortalecer los principios que siempre han guiado a Expo Riva Schuh & Gardabags.

La nueva campaña de marketing y, en particular, el logotipo de la celebración de la 100ª edición, han sido cuidadosamente diseñados y desarrollados con cuidado y atención al detalle.

Los dos círculos superpuestos que forman el número 100 del logotipo representan la unión y superposición de las dos almas de la feria: la de Expo Riva Schuh y la de Gardabags.

Estos dos círculos superpuestos son también el hilo narrativo que une el logo con la campaña creada para las próximas ediciones especiales. Expo Riva Schuh & Gardabags destaca el valor de reunir en un solo evento dos mercados tan vitales para la moda (calzado y bolsos) a través de una campaña multitemática original y moderna. Para celebrar la combinación de calzado y accesorios, se desarrolló un concepto que podría expresarse en una imagen llamativa y un mensaje simple y directo: “Unir tendencias”.

Las imágenes muestran precisamente esta unión: una zapatilla se convierte en una bandolera mientras que un bolso está hecho de cordones de colores.

El Ivace lanza la campaña de invitación para que empresas importadoras de todo el mundo conozcan Hábitat Valencia y Home Textiles Premium



Ivace Internacional trabaja desde el pasado mes de mayo en la organización de las misiones inversas de empresas importadoras y prescriptoras que visitarán la próxima edición de la Feria Hábitat Valencia y Home Textiles Premium.

Hábitat Valencia se celebra de forma conjunta con el certamen Home Textiles Premium by TextilHogar, del 19 al 22 de septiembre de 2023 en Feria

Valencia.

El objetivo es superar el centenar de empresas invitadas, que se sumarán al plan de compradores extranjeros gestionado por Feria Valencia.

Esta campaña se ha diseñado conjuntamente entre Ivace Internacional y la Asociación Nacional de Fabricantes y Exportadores de Muebles de España (Anieme), la Federación Española de Asociaciones de Industriales y Exportadores de Aparatos de Iluminación Decorativa (Fedai) y la Asociación de Empresarios Textiles de la Comunidad Valenciana (Ateval).

Rec.0 volverá a Igualada del 8 al 11 de noviembre



Esta semana Rec.0 ha abierto convocatoria de marcas de moda y nuevos diseñadores emergentes que quieran estar en el Rec para vender sus stocks. Es necesario ponerse en contacto con el festival escribiendo a info@recstores.com.

Roser Flores Samon (Rous), fundadora de la firma Bonamasó, entre los 12 diseñadores emergentes seleccionados por Micam 96



Una vez más, el apasionante trabajo de 12 diseñadores emergentes será destacado en el área Emerging Designers, un espacio designado dentro del ámbito de la 96ª MICAM Milano: la Feria Internacional del Calzado, que tendrá lugar en la Fiera Milano

Rho, del 17 al 20 de septiembre de 2023.

La investigación es sin duda el hilo conductor que reúne las creaciones de estos jóvenes diseñadores emergentes que, tras pasar por el habitual proceso de selección por parte de un panel de expertos, están deseosos de presentarse ante compradores internacionales en MICAM.

Una vez más, sorprende la versatilidad desplegada por estos jóvenes diseñadores: una versatilidad adquirida a lo largo de numerosas experiencias laborales y formativas, a menudo fuera de su país de origen, que les han hecho, poco a poco, hacerse un hueco en el mundo

de la moda y emprendimiento. De hecho, algunos de ellos no son simplemente creativos, sino también emprendedores y fundadores de brillantes startups independientes, dispuestos a conquistar el mundo de la moda y el calzado.

Marketing y redes sociales, así como diseño y moda: estas son algunas de las habilidades que estos jóvenes diseñadores han explotado para emerger y hacerse notar.

Los 12 Diseñadores Emergentes de este año son:

Belledonne Paris, con Sporty chic,
Bonamasó con la colección

Save the planet,

Caplait con la colección Folkart,
Daniela Uribe con la colección Heartbreak,

Judy Mazzotti con la colección Squid game,

Minacapilli con la Colección Sex and the City,

Mosca Shoes con la colección Cowgirl,

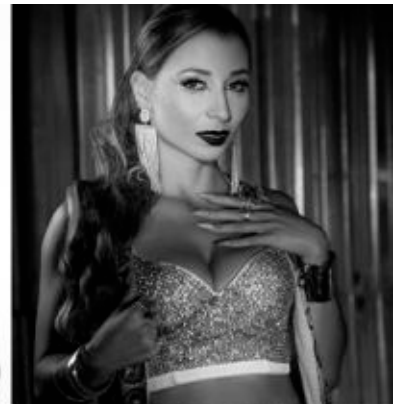
Pierini Calzature con la colección Elite,

Room con la colección Bauhaus,

Soque con la colección Come together,

Tachino Chie con la colección Savile Row,

Ubac con la colección Jump.



STEPPING STRONG
STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM