

# PUNTO MODA

NÚMERO 346 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · [essl@edicionessibila.com](mailto:essl@edicionessibila.com) · [www.edicionessibila.com](http://www.edicionessibila.com)



**Mango abre su primera tienda en Georgia y avanza en su expansión por Estados Unidos**

**Triumph desafía a la gravedad con sus nuevos diseños**

ENCUENTRANOS EN

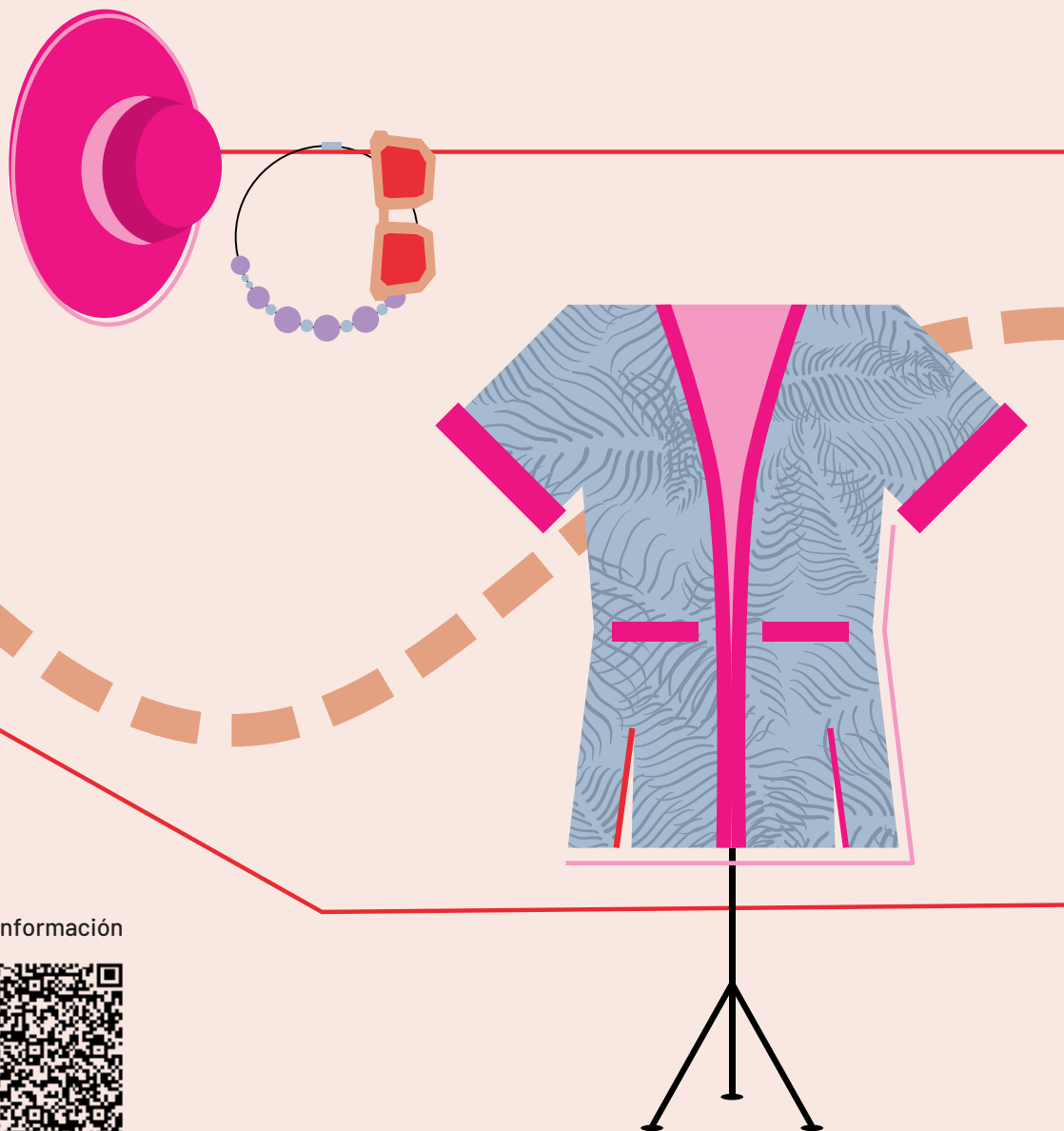


# MOMAD

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:**  
Refresh

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

**Redacción:**  
José Antonio Blanco - Elena Sisó

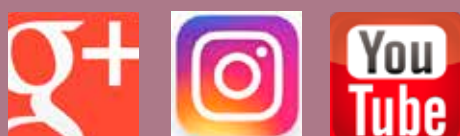
**Departamento Comercial:**  
essl@edicionessibila.com

**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.



## **La consejera delegada de Sita Murt, Montserrat Figueras, elegida nueva presidenta del Clúster Catalán de la Moda (Modacc)**

Montserrat Figueras, consejera delegada de Sita Murt, ha sido elegida nueva presidenta del Clúster Catalán de la Moda (MODACC) en sustitución del directivo de la marca Simorra, David Dimas, que finaliza su mandato en la presidencia del Clúster pero sigue en la Junta Directiva como subsecretario.

La nueva presidenta es licenciada en derecho por la UIC, se formó en ADE en la UOC y, también, estudió en la prestigiosa escuela de negocios IESE. Figueras, dispone de una amplia trayectoria en el sector textil habiendo estado al frente de marcas como System Action y el histórico grupo industrial Dogi o Nylstar. Actualmente, es propietaria y consejera delegada de la icónica firma de moda Sita Murt/, un referente nacional del género de punto.

La industria de la Moda continúa su proceso de recuperación de los efectos de la pandemia, a pesar del complicado entorno macroeconómico derivado de la inflación que afecta a todos los productos y servicios. Una de las prioridades de la nueva Presidencia será la activación de nuevas oportunidades de internacionalización para las empresas asociadas a MODACC, buscando nuevos canales y mercados que puedan ser receptivos a los productos de moda de Cataluña.

En este sentido, se contemplan acciones de prospectiva en Corea del Sur, Estados Unidos y algunas repúblicas centro asiáticas, a la vez que se mantendrán acciones para acceder a portales de venta digital de moda de todo el mundo. "La internacionalización fue el primer factor de dotación de recursos para 2023 por parte de las marcas de MODACC en el informe de perspectivas de la Moda Catalana 2023. Desde MODACC debemos acompañar a las empresas del sector en sus esfuerzos para acceder y consolidarse en nuevos mercados" explica la nueva presidenta de MODACC, Montserrat Figueras.

## **Las mujeres representan el 61,3% del total de personas que trabajan en el comercio minorista en la Comunitat Valenciana**

En el comercio al por menor de la Comunitat Valenciana trabajan 131.716 mujeres, un 61,3% del total de personas afiliadas en la actividad.

La tasa de feminización confirma una mayor participación de la mujer en el comercio comparada con la del conjunto de la economía, donde el 46% de las afiliadas son mujeres.

Asimismo, las contrataciones a mujeres han alcanzado el 65,1% de las contrataciones totales realizadas en la rama de actividad del comercio al por menor.

En cuanto a la edad de los trabajadores y contratados, los datos confirman que en el comercio al por menor un 17,9% de los afiliados y un 56,3% de las contrataciones se han realizado a jóvenes menores de 30 años. Estas cifras muestran un incremento del peso de los jóvenes entre los afiliados, que ha pasado del 16,4% en 2021 al 17,9% y sitúan la actividad minorista como la primera entre las quince actividades con mayor porcentaje de jóvenes.

Por otro lado, el 44,6% de los trabajadores son mayores de 45 años y el 13% de las contrataciones en el comercio minorista se hacen a este perfil de personas.

Fuente: PATECO. Informe IADC 2023-El empleo en el comercio minorista de la Comunitat Valenciana

## **La moda de autor producida por los asociados de ACME se comercializa a través de 24.000 puntos de venta**

El diseño español de moda continúa al alza. En 2022, la moda española de autor ha continuado su recuperación con un crecimiento del 16,8% en su cifra de negocio, según datos de la última edición del informe El diseño de moda español, en cifras, impulsado por la Asociación Creadores de Moda España (ACME).

La moda de autor se aproxima así a las magnitudes de antes de la pandemia, cuando superó los 967 millones de euros de facturación, después de que en 2021 las firmas que forman parte de ACME enfilaran la recuperación con un crecimiento conjunto del 8%.

El informe de ACME, que en esta edición cuenta con el apoyo de la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid a través del programa Madrid Capital de Moda y la Fundación Academia de la Moda Española y la colaboración de Modaes, tiene el objetivo de ser una herramienta que no sólo contribuya al conocimiento, sino también a proporcionar una base para tomar decisiones de negocio consecuentes con las circunstancias del momento. También pretende contribuir al reconocimiento del diseño español de moda de autor como generador de riqueza.

La edición de este año muestra cómo la internacionalización y las ventas a través del canal online se han convertido en los motores de la recuperación del sector. Por un lado, las ventas en los mercados internacionales alcanzaron en 2022 un récord histórico, de 377 millones de euros, tras crecer un 22% en comparación con el ejercicio precedente. En 2022, el 42,3% de las ventas de las empresas asociadas a ACME provino del extranjero, frente al 40,6% del ejercicio precedente o el 38,8% de 2019, antes del estallido de la pandemia.

## Lefties sigue creciendo en Cataluña con la apertura de su segunda tienda en Girona



Lefties abrió el pasado 11 de agosto, su segunda tienda en Girona. Lefties Digital Store Platja D'Aro presenta el nuevo concepto de tienda digital que ofrece una experiencia de compra que integra la tienda física con el canal online.

## El centro comercial Arenas de Barcelona da la bienvenida a Pepco



La cadena europea, con una amplia oferta de ropa para familia y productos del hogar, ha abierto sus puertas en el Centro Comercial Arenas de Barcelona, con una tienda de más de 400 m<sup>2</sup>

## PDPAOLA acelera su expansión en Reino Unido con una nueva apertura en Westfield White City en septiembre



Esta apertura representa un paso fundamental en el plan de expansión de PDPAOLA en el mercado británico, y también ofrece el escenario perfecto para desarrollar una relación sólida con sus clientes londinenses.

## Mango inaugura su primera tienda en Georgia y avanza en su expansión por Estados Unidos



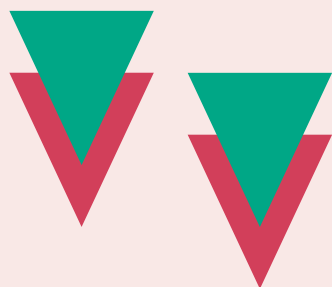
La nueva tienda, con una superficie de más de 600 m<sup>2</sup>, ofrece productos de las líneas Woman y Man. También incorpora el concepto de tienda New Med, inspirado en el Mediterráneo y caracterizado por el espíritu y la frescura de la marca.

# 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

IFEMA  
MADRID

## La nueva colección cápsula de Roberto Verino es el toque de lujo que necesitas en tu armario



Roberto Verino defiende el lujo sin estridencias en su nueva colección cápsula. El satén y las prendas de punto con brillo son los protagonistas de la nueva colección Quiet Luxury.

## Aitana vuelve a la ciudad con los mejores looks de la mano de Levi's



La vuelta a la ciudad y a la rutina llega después de un periodo de desconexión de las vacaciones de verano y la artista del momento tiene preparada una vuelta repleta de sorpresas y la gira de su nuevo álbum a la vuelta de la esquina.

## Estilo y comodidad: estos son los must-have de Dolores Promesas para la vuelta a la rutina



Dolores Promesas te invita a abrazar el regreso de las vacaciones con audacia y estilo, vistiendo cada día con prendas que cuentan historias y despiertan emociones. Con la nueva colección de otoño-invierno 2023/24, la firma española transforma lo cotidiano en extraordinario, recordándonos que cada día es una oportunidad para expresar nuestra esencia y personalidad a través de la moda.

## Blurred es la propuesta de Wild Pony para la temporada Fall-Winter 23-24



Una colección adulta y sofisticada de carácter urbano inspirada en las necesidades del día a día de la mujer actual que adapta las tendencias a su estilo personal de manera única.

## Laura Bernal colección otoño-invierno 2023-24



Las colecciones invernales crean universos creativos especiales en la moda. Los tejidos y los patrones se conjugan para componer prendas que nos arrojan y permiten lenguajes en varias capas. La nueva propuesta de la firma española Laura Bernal vuelve a apostar por un diseño limpio en sus formas, con la combinación de tejidos, texturas y colores para crear una paleta de significado único a cada pieza.

## Vuelta a realidad, vuelta al gimnasio... Triumph desafía a la gravedad con sus nuevos diseños



Despídete del pecho que rebota tanto si estás machacándote en el gimnasio como moviéndote en tu rutina diaria.

Disfruta de la libertad de movimiento con un sujetador deportivo que te permite desafiar a la gravedad.

Con tecnología avanzada de control de rebote, que apoyará cada uno de tus movimientos garantizando el máximo confort y las mínimas distracciones.

Cada mujer decide cómo quiere mantenerse activa. Ya sea entrenando dentro o fuera del gimnasio, o simplemente dando un paseo a paso ligero al aire libre, ser activas con nuestro cuerpo también significa que necesitamos sentirnos respaldadas.

Triaction es la gama de ropa deportiva de Triumph diseñada para ofrecer comodidad, rendimiento y estilo. La colección incluye sujetadores deportivos que permiten una gran libertad de movimiento, que son ligeros y transpirables para que se puedan llevar cómodamente durante todo el día, tanto en el gimnasio como en el trabajo.

## Hunkemöller, ejemplo de lucha y compromiso por la sostenibilidad y la virtualidad



Hunkemöller está comprometida con la transparencia y recopilará datos con diligencia, además de desarrollar nuevas herramientas y hacer un seguimiento de las emisiones, y revelará sus emisiones totales en 2024.

### La hoja de ruta:

- Calcular la huella global de emisiones teniendo en cuenta los datos de todos los países en los que opera la marca.
- Realizar un análisis exhaustivo de la cadena de valor para identificar las fuentes de emisiones y determinar las acciones necesarias para reducirlas.
- Con la orientación de la SBTi, establecer objetivos para reducir las emisiones en todos los ámbitos, garantizando que los esfuerzos estén alineados con las directrices de la SBTi y se logren para 2035.
- Mantener a las partes interesadas internas y externas informadas sobre los objetivos, el progreso y los logros, fomentando la transparencia y la responsabilidad.



A man with short, wavy brown hair and a light 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, jagged-edged logo with the word 'PRIVATA' in white, serif capital letters. A small, light-colored tag with the word 'PRIVATA' is visible on the man's sweater.

**PRIVATA**

**[WWW.PRIVATA.COM](http://WWW.PRIVATA.COM)**

## Xero Shoes lanza nuevo calzado barefoot para correr, hacer senderismo y uso diario



La marca de calzado barefoot (“descalzo”) Xero Shoes acaba de lanzar ocho nuevos modelos: dos zapatillas de running mejoradas, dos zapatillas de trail running, una zapatilla de entrenamiento, una bota de montaña impermeable, un mocasín informal para hombre y una zapatilla de lana sintética.

Ahora con más de 45 estilos, Xero Shoes añade estilos para cada ocasión satisfaciendo así la creciente demanda, ya que las búsquedas mundiales de “zapatos descalzos” han aumentado constantemente desde 2021, actualmente en “volumen máximo” según Google Trends.

Como comentaron los fundadores y codirectores ejecutivos de Xero Shoes, Steven Sashen y Lena Phoenix, en el podcast “How I Built This”, la marca empezó con un simple “kit de sandalias barefoot (para correr descalzo)” en 2009, pero ahora cuenta con un séquito de seguidores que sólo quieren llevar las ligeras y cómodas zapatillas, botas y sandalias de la marca.

## Odlo reduce la contaminación con su nueva colección de primeras capas de alto rendimiento



El 93% de la nueva colección se elabora a partir de fuentes sostenibles o naturales.

## Under Armour lanza su nueva colección de fútbol



Una equipación de rendimiento de primera línea, con innovaciones de producto y pensada para las necesidades específicas de los deportistas.



STEPPING STRONG  
**STAMP**



[WWW.MYSTAMPBAG.COM](http://WWW.MYSTAMPBAG.COM)

## Clarks X Eastpak: dos icónicas marcas de ropa unen fuerzas para crear tendencia



La marca de calzado británica Clarks combina su clásica silueta de culto Torhill con la fresca utilitaria de Eastpak en una colaboración que amplía los límites de la artesanía y la innovación. La nueva bota Clarks X Eastpak Torhill Boot hace honor al avanzado historial de ambas marcas en productos que superan a sus rivales en forma y funcionalidad.

## Ya está aquí la segunda cápsula de la colección Skechers X Snoop Dogg, la favorita de los coleccionistas



Tanto la cápsula de estreno de la colección, llamada OG y aterrizada hace sólo unos días, como esta segunda, llamada The Limited-Edition Collector's Capsule, han sido diseñadas para el disfrute de los verdaderos amantes de las deportivas.

## Maize de Løci Wear, una alternativa consciente a la piel



LØCI WEAR revoluciona el mercado sostenible y consigue que el modelo tenga un aspecto más atractivo y duradero que la piel de animal comercial, además de ser resistentes al agua, ofreciendo una alternativa de primera calidad que trasciende el estilo y el propósito con este material que está fabricado a mano.

## Steve Madden FW23/24



Steve Madden vuelve a crear necesidades con su nueva colección para las próximas temporadas de otoño e invierno.

# FUTURMODA

FASHION TREND SELECTION THE BEST FOR SHOES & BAGS



IFA - ELCHE - ALICANTE - SPAIN

ANNIVERSARY  
CELEBRATION | 50 EDITION

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO



FALL WINTER 24-25

WINTER  
EDITION

18-19 OCTOBER 2023

INTERNATIONAL FAIR OF LEATHER, COMPONENTS AND  
MACHINERY FOR FOOTWEAR AND LEATHERGOODS  
[WWW.FUTURMODA.ES](http://WWW.FUTURMODA.ES)

IFA INSTITUCIÓ  
PÚBLICA  
ASSOCIATIVA  
[www.feria-alicante.com](http://www.feria-alicante.com)

aec  
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS  
DE COMPONENTES PARA EL CALZADO



Ajuntament d'Elx



Ajuntament  
de Alicante



GENERALITAT  
VALENCIANA  
CONSEJO DE ECONOMÍA CORPORATIVA  
(SERVICIO PRODUCTIVO, TECNOLÓGICO Y MARKET)

## STAMP presenta en Bisutex su nueva colección



STAMP presenta esta semana en Madrid, con ocasión de la feria BISUTEX, su nuevo catálogo para la temporada otoño/invierno 2023/2024. Las nuevas propuestas se centran en el diseño, el color y los materiales, con el fin de ampliar la oferta y alcanzar un público cada vez más amplio. Pero sin modificar el estilo urbano que ha permitido a la marca afianzarse en los últimos años como un referente en el sector de los complementos de moda.

Si analizamos las últimas temporadas STAMP, podemos notar la tendencia a desarrollar más colecciones, tanto para hombre como para mujer. Muchos artículos, además, nacen con el propósito de ajustarse al gusto de ambos sexos, por lo tanto cada vez más colecciones STAMP pueden clasificarse como unisex.

Pero lejos de ser algo buscado, muchas propuestas de la marca alicantina nacen unisex tras un proceso de diseño centrado en la practicidad y la durabilidad. De allí la elección de materiales como la piel lavada o las lonas tratadas, que garantizan una gran resistencia a los factores externos y, a la vez, tienen mucha aceptación en el mercado.

Aunque la piel, sobre todo la piel lavada, sea una seña de identidad en STAMP, la marca se renueva continuamente con propuestas frescas, tanto en materiales como en colores.

¿Un ejemplo? La nueva colección de mujer Impa, sin duda una de las más conseguidas del último catálogo. Se caracteriza por líneas limpias, diseño minimalista y urbano y por el acabado impermeable del material. Esto demuestra una gran flexibilidad: saber alejarse de los diseños más exitosos para alcanzar nuevas cuotas de mercado.

## Nueva colección de Campomaggi



La firma, fundada por Marco Campomaggi en 1983, conjuga la tradición artesanal italiana con un diseño atemporal ajeno a las tendencias. El resultado son piezas pensadas para pasar de generación en generación, orientadas a sobrevivir a las tendencias y completar tus looks año tras año.

## Vivienne Westwood X Eastpak



Vivienne Westwood y Eastpak lanzan una colección de accesorios que presenta siete piezas únicas, que aúnan los diseños clásicos y el espíritu "Built to Resist" de Eastpak y el ADN distintivo de la casa de diseño británica.

## Majorica expande su distribución al mercado de Estados Unidos con la apertura de su primera tienda en Miami



Majorica, la marca referente en perlas orgánicas creadas artesanalmente, anuncia la inauguración de su primera tienda en Estados Unidos, ubicada en el nivel superior del Aventura Mall, en Miami. La marca española, expande su esencia a América del Norte con el objetivo de seguir cautivando al mundo al infundir sus diseños y perlas perfectas con el alma de la marca, sus valores y diseños atemporales.

Con más de 130 años de innovación, Majorica mantiene su firme compromiso de ofrecer perlas perfectas y joyas que trascienden el tiempo. Al dar este paso monumental para expandirse en Estados Unidos, trae consigo la misma esencia cautivadora que ha fascinado a las audiencias globales durante generaciones.

La nueva tienda de perlas que ha cruzado el océano Atlántico y se ha establecido en la conurbación de Florida, representa la artesanía inigualable y la dedicación en la elaboración de joyas cargadas de belleza, elegancia y un carácter perdurable. Cada joya está cuidadosamente elaborada a mano,

reflejando una armonía de sensualidad, fortaleza y atracción entera.

La inauguración del nuevo establecimiento, que marca el punto de partida de la expansión de la firma en Estados Unidos, ha contado con un collar exclusivo diseñado especialmente para la apertura de la tienda en Aventura Mall.

“La expansión de Majorica a Norteamérica marca un antes y un después en el recorrido de la firma a nivel global, nos complace poder ofrecer en Miami los más de 700 artículos, diseñados para satisfacer los gustos y preferencias de los aficionados de las perlas”, explica Didier Grupposo, director general de Majorica.

Tras una meticulosa investigación de mercado y un análisis de datos en profundidad, Majorica selecciona Miami como el punto de partida para expandir la distribución de la marca en Norteamérica, ya que se trata de una localización estratégica que brinda acceso a visitantes que ya aprecian la firma perlera.

## PDPAOLA fortalece su expansión en Europa con nuevas aperturas en Francia de la mano de Printemps



La alianza estratégica con el grupo francés de grandes almacenes de lujo por excelencia supone el lanzamiento de nuevas aperturas en la icónica flagship de Haussmann en París y Lille.

## Este otoño, sube tu volumen con lo último de Aristocrazy



Abrir temporada siempre es sinónimo de redescubrirnos y mirar hacia nuevos horizontes. Aristocrazy te invita a que prolongues más allá del verano las ganas de aventura y la pasión por la libertad. Redescubre con Volume Up piezas con formas creativas y tamaños para retarte a ti misma.

## **MOMAD avanza el programa completo de la primera edición de Fashion Inspiration Day**



MOMAD, el Salón Internacional de Moda, Calzado y Accesorios organizado por IFEMA MADRID del 15 al 17 de septiembre contará en esta edición con el foro Fashion Inspiration Day. Se celebrará el sábado 16 de septiembre, en horario de 16:00h. a 19:30h, en la Sala Retiro de IFEMA MADRID, con el objetivo de orientar a los negocios de las boutiques multimarca a maximizar la experiencia de su cliente final.

Este foro, dirigido a los profesionales del retail multimarca del sector de la moda, el calzado y los accesorios, será un espacio de intercambio profesional donde, junto a un grupo de ponentes acreditados, los asistentes podrán compartir ideas e inquietudes, crear sinergias y descubrir nuevas líneas de desarrollo del negocio tan necesarias en el sector.

## **Los Minis de Bisutex presentan colecciones de más de 60 diseñadores y artesanos**



La particular visión de la moda de los diseñadores y marcas que acuden al espacio Minis les lleva a mantener un correcto equilibrio entre artesanía y modernidad. En este salón se verán artículos inspirados en la naturaleza, diseños atrevidos y desenfadados, interesantes contrastes en el uso de materiales, con piezas realizadas en papel, en plata, en combinaciones de cristal y tejidos, el uso de pinturas

esmaltadas, aluminio, de pasta de cerámica, entre otros.

Para esta edición de Bisutex, llegan creadores de diferentes partes del mundo como Brasil, Colombia, Estados Unidos, España, Francia, Italia y Portugal.

## **Kilómetro 0 Moda completa el 100% de su oferta expositiva y abre este miércoles con el cartel de completo de la mano de 80 firmas**



Kilómetro 0 Moda, que se celebrará en IFEMA Madrid, Puerta Norte, Convenciones, los días 13, 14 y 15 de septiembre, completa el 100% de su aforo de expositores, con más de 80 firmas, avanzando así en su apuesta por ofrecer los 360° de servicios para el sector textil, confección y moda.

El objetivo de Km 0 Moda es facilitar el conocimiento de las empresas que lo integran, impulsar acuerdos comerciales y potenciar los

valores de la etiqueta MÑ – MODA ESPAÑA.

En esta edición coincidirá en fechas con MOMAD, Intergift, Bisutex y Madridjoya, así como la pasarela Mercedes Benz Fashion Week Madrid, con el fin de estimular sinergias entre las compañías presentes en estas ferias. Además, KM0 MODA sumará sus fuerzas a la feria de tejidos, de referencia en Madrid, ETMAD.

Kilómetro 0 Moda es una feria organizada por ASECOM, que cuenta con la colaboración de FEDECON y sus organizaciones, la Agrupación Española del Género de Punto y la Confederación ModaEspaña y sus organizaciones miembros.

## **Red.es llega a Intergift y MOMAD para presentar el programa Kit Digital**



Intergift y MOMAD contarán en su próxima edición de septiembre con la presencia de Red.es, quien presentará el programa Kit Digital, dirigido a la digitalización de autónomos, microempresas y pequeñas empresas con menos de 50 empleados.



## Las entradas para asistir a la 50ª edición de FUTURMODA ya están disponibles



Desde esta semana ya se pueden adquirir las entradas para 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 Fira Alacant (IFA), en Alicante, España.

Tan solo hay que acceder a la web de FUTURMODA o hacer clic en el siguiente enlace: <https://www.futurmoda.es/obten-tu-entrada/>

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 expositores de países como España, Portugal, Italia, Francia, China y Turquía.

FUTURMODA promete ser una oportunidad única para descubrir las últimas tendencias y novedades en los componentes para el calzado. Los visitantes podrán explorar una amplia gama de productos, desde suelas y adornos hasta materiales y tecnologías innovadoras para la fabricación de calzado.

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.

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.

## La 6ª edición del Foro RETAIL future tendrá lugar el próximo 31 de octubre

Esta sexta edición del Foro RETAIL future 2023 abordará, entre otros temas:

Tecnologías que están revolucionando el mundo y también los pequeños negocios.

Qué se cuece en innovación en el sector del retail.

Nuevas formas de venta en artesanía, un sector que crece.

Tendencias que transforman el comercio.

Estrategias para afrontar tiempos difíciles.

La tienda del futuro, en las sesiones Lab Retail.

Además, los expertos y expertas de RETAIL Future mostrarán aspectos clave en la gestión de los negocios; qué herramientas son más adecuadas en comercio y artesanía; cómo mejorar tu ecommerce; qué estrategias de marketing funcionan mejor; qué puede hacer el diseño por el despegue de tu negocio...

## La 158ª edición de la ILM convenció a los visitantes profesionales procedentes de 54 países del 2 al 4 de septiembre en Offenbach

La feria internacional de artículos de cuero innovadores y de alta calidad, bolsos, equipaje y accesorios ILM confirmó una vez más su importancia como el evento de pedidos importante e indispensable para el sector.

Visitantes de 54 países tuvieron la oportunidad de conocer a todas las firmas renombradas alemanas e internacionales. Marcas que han exhibido del 2 al 4 de septiembre sus nuevas colecciones para la temporada primavera/verano 2024.

La feria se caracterizó por un buen ambiente y actividad de pedidos enérgica durante los tres días que duró el salón.

Consecuente y con visión de futuro, la ILM de Offenbach ofrece a expositores y compradores la plataforma perfecta.

“En tiempos difíciles como estos necesitamos una feria fiable. ILM no es sólo un evento de pedidos para nosotros, sobretodo, es el lugar ideal para mantener conversaciones intensivas con nuestros clientes”, afirma Christiane Brunk, directora general de Braun Büffel.

“Las marcas y productos fiables proporcionan seguridad en tiempos turbulentos. Esto también se aplica a una feria comercial. Necesitamos la ILM. Nos hemos reunido alrededor de 300 firmas europeas e internacionales para atender a un gran número de visitantes profesionales que durante tres días han tramitado muchos pedidos”, añade JanOliver Nannen, Director General de Titan/Travelite.

La próxima edición, la ILM #159, tendrá lugar del 3 al 5 de febrero y la ILM #160, del 31 de agosto al 2 de septiembre.

## Más de 200 firmas avanzarán las tendencias textiles de 2024 en Home Textiles Premium by Textilhogar

Home Textiles Premium by Textilhogar, el evento líder en España especializado en textiles para el hogar, ultima su oferta expositiva para la celebración de su próxima edición que tendrá lugar del 19 al 22 de septiembre en Feria Valencia junto con Feria Hábitat Valencia. Una convocatoria que supera las cifras de su última edición.

En este sentido, un total de 220 firmas especializadas en textiles para el hogar han confirmado su participación en HTP by Textilhogar, unos datos que reflejan el creciente interés de las empresas por participar en la cita. El avance de fabricantes inscritos hasta el momento lo conforman empresas de alto nivel nacional como Aznar Textil, Jover, Manuel Revert e Interfabrics, entre otras muchas. Los pabellones nacionales, de gran tamaño y que representan una amplia variedad de productos, se organizarán en colaboración con las principales instituciones textiles: la Cámara de Comercio de Estambul para Turquía y el KOFOTI para Corea.

Por lo que respecta a la ropa, el gran retorno de Asia está encarnado por un excepcional pico de participación física de las empresas chinas y la presencia de países como Bangladesh, Hong Kong, Pakistán y Sri Lanka que no pudieron participar en febrero de 2022. La presencia de la India será significativa, especialmente a través de un grupo de fabricantes de prendas de vestir traídos por la institución Texprocil, y Mongolia estará representada por Munkh, un fabricante de productos de alta gama hechos de cachemira.

www.edicionessibila.com



## La mayor plataforma informativa de la MODA en España

### Diaria

Website: [www.edicionessibila.com](http://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](mailto:essl@edicionessibila.com)

### Media Kit

Solicita nuestras tarifas de publicidad enviando un mail a: [essl@edicionessibila.com](mailto:essl@edicionessibila.com)

Follow us:

