

PUNTO

MODA

NÚMERO 347 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

**Tempe Inditex
estrena en Madrid un
concepto renovado
de tienda For&From**

**FUTURMODA impulsa
su internacionalización
y crecimiento gracias
al Instituto Valenciano
de Competitividad
Empresarial IVACE**

ENCUENTRANOS EN



FUTURMODA

FASHION TREND SELECTION THE BEST FOR SHOES & BAGS



IFA - ELCHE - ALICANTE - SPAIN

ANNIVERSARY
CELEBRATION

50 EDITION



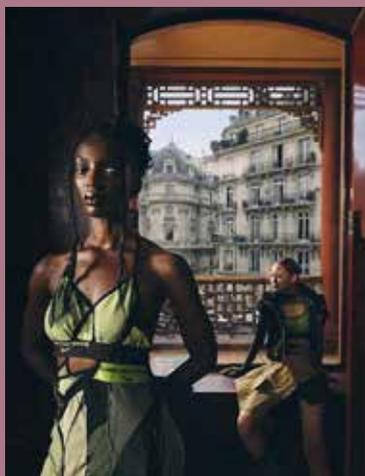
ASOCIACION ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO

FALL WINTER 24-25

18-19 OCTOBER 2023

WINTER
EDITION

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



Nuestra Portada:
Nike x Feng Chen Wang

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-ia, 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.



PUNTO MODA

tym
textil y moda



El ticket medio en la compra online de moda en España se sitúa en 450 euros anuales

Fashion Lab Elogia, la división especializada en las marcas del sector moda digitalizadas de la agencia Digital Full Commerce Elogia, ha estudiado la situación del eCommerce de moda en España y los hábitos de compra online y ha presentado el I Estudio FASHION LAB 2023 que ayudará a las empresas del sector a tomar decisiones a las puertas de la temporada de ventas más altas.

Según Patricia Díaz, Elogia Fashion Lab Director, "La industria de la moda sigue siendo uno de los motores económicos más importantes de nuestro país, supone un 2,7% de PIB y se prevé un crecimiento anual del 2,4% hasta 2025". Y añade que, "Es todavía más relevante la penetración de las ventas online en el sector. España es el tercer gran mercado europeo tras Reino Unido y Alemania. Este año la penetración de las ventas online sube hasta 21,1% sobre el total, superando por primera vez a Francia"

ELOGIA, perteneciente al Grupo VIKO, es una agencia digital especializada en 'Digital Commerce Marketing' con más de 20 años de experiencia.

El Observatorio Textil y Moda (OTYM) informa sobre lo último en progresividad de las obligaciones en materia de sostenibilidad

La Directiva 2022/2464 aprobada el pasado 14 de diciembre de 2022, y que modifica la Directiva 2013/34 sobre estados financieros anuales, estados financieros consolidados y otros informes afines, y su posterior Directiva 2014/95 para la presentación de información sobre sostenibilidad entrará progresivamente en ejecución desde este próximo enero de 2024, recuerdan fuentes del Observatorio Textil y Moda (OTYM).

En concreto, lo hará en esa fecha para empresas comunitarias con más de 500 empleados o que sean empresas matrices de un gran grupo con un número superior a esos empleados de manera consolidada. También lo exigirá a las empresas de terceros países con un volumen de negocios neto superior a 150 000 000 EUR en la Unión y que tengan una empresa filial o una sucursal en su territorio.

Y, posteriormente, irá ampliando esta obligación al resto de las grandes empresas (enero de 2025) y, posteriormente, de medianas y pequeñas europeas (enero de 2026), cuyos valores estén admitidos a negociación en un mercado regulado de la Unión. Y, de igual modo, al resto de empresas de países terceros cuyos valores estén también en esa situación.

La patronal del textil y confección EURATEX se suma a la carta de 84 organizaciones empresariales a los presidentes de la UE y los EEUU al respecto de las disputas entre ambas potencias

Estimados presidentes von der Leyen y Biden,

La certeza y la estabilidad en la relación comercial transatlántica son de enorme importancia para nuestros sectores. Entre 2018 y 2021, nuestras industrias, proveedores y cadenas de suministro se vieron gravemente afectados por la imposición de aranceles en disputas totalmente no relacionadas con nuestros sectores, y aplaudimos los acuerdos cruciales que usted alcanzó para suspender los aranceles de represalia en 2021.

Estos acuerdos proporcionaron un alivio importante para nuestros sectores, apoyando la recuperación económica después del difícil período de COVID, y eliminaron las barreras al comercio que inhibieron el crecimiento, la creación de empleo y las inversiones en la UE y los Estados Unidos.

En nombre de las 84 asociaciones abajo firmantes, ahora le escribimos para expresar nuestro llamamiento unido y urgente para aprovechar los acuerdos de 2021 y eliminar permanentemente los aranceles de represalia sobre los productos no relacionados con las disputas sobre el acero y el aluminio y las grandes aeronaves civiles de la OMC. Es particularmente crucial llegar a un acuerdo de este tipo en la disputa del acero y el aluminio, donde los sectores no relacionados con la disputa corren el riesgo de ver un retorno de los aranceles de la UE que estaban en vigor antes de la suspensión, junto con un segundo tramo de aranceles a partir del 1 de enero de 2024.

En un momento de crecientes tensiones geopolíticas y volatilidad, la eliminación permanente de los aranceles sobre sectores no relacionados apoyará los esfuerzos para hacer crecer la economía transatlántica y permitirá a nuestros sectores desempeñar un papel pleno en el tratamiento de los desafíos globales.

En consecuencia, le instamos a llegar a un acuerdo en la disputa de acero y aluminio durante la próxima Cumbre Presidencial para garantizar que los aranceles de represalia sobre sectores no relacionados con la disputa se eliminen permanentemente antes del 1 de enero de 2024. También le instamos a que garantice la eliminación permanente de los aranceles de represalia sobre productos no relacionados con la disputa de las grandes aeronaves civiles de la OMC sin demora, y en cualquier caso, antes de que la suspensión de la tarifa expire en junio de 2026.

Estamos listos para apoyar sus esfuerzos y esperamos seguir trabajando con usted y sus equipos. Por favor, no dude en ponerse en contacto con nosotros si podemos proporcionar cualquier información adicional.

Más información en <https://edicionessibila.com/la-patronal-del-textil-y-confeccion-euratex-se-suma-a-la-carta-de-84-organizaciones-empresariales-a-los-presidentes-de-la-ue-y-los-eeuu-al-respecto-de-las-disputas-entre-ambas-potencias/>

Tempe Inditex estrena en Madrid un concepto renovado de tienda For&From



El nuevo espacio For&From Tempe Inditex se encuentra en el centro comercial The Style Outlets en San Sebastián de los Reyes, y se trata de una reubicación del anterior establecimiento situado en Sambil Outlet.

Pura Barcelona inaugura en Gran de Gracia, Barcelona



La marca de ropa femenina fast fashion ha abierto un segundo local en la provincia tras la inauguración de su primera tienda en Sant Cugat del Vallés en el año 2020.

Kiabi continúa imparable su plan de expansión con 10 nuevos proyectos de apertura



La firma francesa abrirá un total de 10 nuevas tiendas en España este año, continuando así con su ambicioso plan de expansión para acercar a toda nuestra geografía sus propuestas de moda para toda la familia.

Mango reabre su tienda de Rambla Catalunya con su concepto New Med



La compañía reabre su tienda de cerca de 1.300 m2 en el número 90 de Rambla Catalunya tras un proceso de reforma para incorporar la imagen New Med, presente en las principales tiendas de la compañía en todo el mundo.

Pepco desembarca en Los Patios con una nueva tienda de más de 800 metros cuadrados



La conocida firma europea de textil y hogar a precios asequibles Pepco llega al centro comercial Los Patios con la apertura el pasado viernes de su nueva tienda.

Pepco, cadena de tiendas que ofrece ropa para toda la familia y productos del hogar con los mejores precios, tiene su nuevo establecimiento en un local de más de 800 metros cuadrados en Los Patios.

La llegada de Pepco amplía aún más la extensa oferta de moda, alimentación, ocio, estética y salud de Los Patios, centro comercial de referencia gracias a la presencia de marcas líderes de diversos sectores como C&A, McDonald's, Vodafone, Orange, Parfois, Feu Vert o Aromas, entre otras.



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.



Extraordinary: Desigual celebra la belleza de la diversidad en su campaña FW23



La colaboración entre Hari Nef, Georgia Palmer y Desigual es fruto de una visión creativa compartida y de una decidida apuesta por la autenticidad. La campaña, que se centra en el concepto "Extraordinary", busca transmitir la belleza de la diversidad, la magia de la individualidad y el poder de lo extraordinario.

Celia B reivindica la alegría en el vestir en su colección Hues of Happiness



A todo color, con nuevos patrones y tejidos, la diseñadora asturiana vuelve a llenar nuestra wishlist de alegría y color esta temporada.

Esther Noriega presenta OMNIA



Esther Noriega ha presentado OMNIA (primavera-verano 2024), pensada para que todas las mujeres se sientan únicas y especiales, con un espectacular fitting show, dentro de Madrid es Moda. La colección estará disponible en 40 puntos de venta repartidos por toda España.

Twinsset x Marco Rambaldi, la colección sostenible para este otoño



La marca italiana Twinsset presenta su colección en colaboración con el diseñador Marco Rambaldi, una de las personalidades más influyentes de la moda italiana. La cápsula está realizada en Treeblend, el exclusivo hilo de Twinsset creado a partir de residuos textiles reciclados.

Woolrich presenta 'Origin Stories'



Esta campaña es una celebración de la conexión profundamente arraigada de la marca con la cultura estadounidense y su compromiso inquebrantable de honrar las historias originales que han dado forma a esta nación hasta convertirla en lo que es hoy.

Ferragamo Spring-Summer 2024



Para la Primavera-Verano 2024, Maximilian Davis explora y evoluciona los códigos que ha desarrollado en Ferragamo, impregnando su estética distintiva de una facilidad orgánica, al tiempo que se inspira en la relación entre equilibrio y tensión.

Elisabetta Franchi P-V 24: Let's rock!



Una colección dedicada a la música industrial de los años 80 y 90 que experimenta y se inspira en el grupo de rock que, aún hoy, después de más de 40 años, sigue siendo único en la escena mundial y convierte su música en arte: Depeche Mode.

Accidental Cutting presentó Enjoy! primera colección de inteligencia artificial, en London Fashion Week



La marca española Accidental Cutting presentó su séptima colección en London Fashion Week. Esta es la primera colección que utiliza inteligencia artificial en combinación con realidad virtual, como es habitual en la marca desde septiembre de 2020.

El movimiento del océano nueva colección SS24 de alta moda de CLARO Couture



Tejidos, colores y formas se alinean la próxima temporada para dar lugar Éter, la colección más fluida de la firma hasta la fecha.

Odette Álvarez presenta Venezia Spring 24 en MBFWM



Venecia es inspiración pura, a cualquier hora y en cualquier rincón y un magnífico decorado histórico que ahora se convierte en el escenario desde el que Odette Álvarez nos invita a revivir, a través de su propuesta, sus recuerdos y experiencias en esta ciudad.

Dolores Cortés confirma su presencia en GCSW by MODA CÁLIDA



Un año más, la diseñadora de moda baño Dolores Cortés estará presente en la Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida el próximo jueves 5 de octubre presentando algunas de sus propuestas para el próximo verano 2024.

Lencería a la vista: sujetadores con color para triunfar este invierno



La lencería ya no forma parte del cajón de ropa interior, ahora se desvela en looks de calle tan atrevidos como elegantes y se llenan de color.

¿Cómo llevarla? Opta por añadirla debajo de un jersey fino o un top confeccionado en un material semitransparente o da una vuelta al traje de siempre cambiando la camisa por un sujetador a juego.

MONNUR, la firma de baño mallorquina que va a desfilarse en Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida



Una pasarela perfecta para conocer las nuevas propuestas para Primavera/Verano 2024 de la mano de 33 diseñadores y marcas nacionales como MONNUR.

Nuria Avellaneda (Barcelona, 1978) es la creadora de MONNUR, una firma swimwear que nace en Palma de Mallorca en 2020 con el objetivo de ofrecer a las mujeres un estilo de moda baño elegante, cómodo y favorecedor a cualquier tipo de silueta.

Nueva colección esencial de Ysabel Mora



Colecciones esenciales y que sucumben a las directrices que marca la moda, manteniendo siempre el eje sobre el que la marca diseña cada una de sus prendas: hacerte sentir bien.



PRIVATA

WWW.PRIVATA.COM

Puma y Noah presentan la segunda parte de su colaboración



La primera parte de la colección se centró en la zapatilla PUMA Star. Ahora, la pieza de resistencia del segundo lanzamiento es el modelo Pro Star, que se presenta en color crema con detalles en verde, con una suela de goma. Los logotipos de PUMA y Noah comparten ubicación en la lengüeta.

Jasper, el calzado de montaña de Keen



Las zapatillas Jasper de la marca americana Keen son la respuesta para todos aquellos que buscan la máxima comodidad y estilo en el día a día.

El diseñador japonés Yosuke Aizawa dirigirá la colección Revolution de Colmar Originals



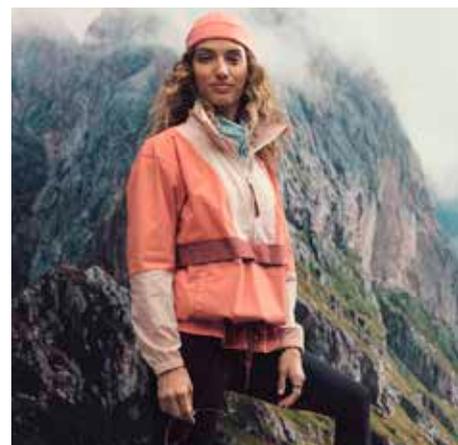
Yosuke Aizawa, fundador de la marca White Mountaineering, firma un acuerdo con la empresa de Monza para diseñar Revolution, la línea más solicitada de la colección Colmar Originals, para las próximas temporadas.

Nueva pieza de deseo: Saucony Creek Marsh



Este nuevo lanzamiento de Saucony Originals confirma que el verde será el color protagonista de este otoño-invierno.

Descubre la nueva colección de otoño-invierno de senderismo de Columbia



Columbia se enfoca en ofrecer productos versátiles y preparados para enfrentar las inclemencias del clima, como la lluvia y las temperaturas frías. Columbia busca brindarte la comodidad y la protección que necesitas para disfrutar al máximo de tus actividades al aire libre.

Nike x Feng Chen Wang promueve un estilo innovador con piezas de mentalidad sostenible



En su nueva colección, la diseñadora y colaboradora de Nike, Feng Chen Wang, aúna artesanía, personalización y métodos artísticos innovadores para crear prendas técnicas deportivas.



ESPECIALISTAS EN
ZAPATILLAS URBANAS



Foot on Mars
sneaker store



@FootOnMars



www.footonmars.com

Con un 2,2% menos de empresas, el sector del calzado aumentó sus ventas un 12,1% en 2022, hasta los 6.000 millones de euros

Informe presentado el pasado
27 de septiembre de 2023

FICE impulsa este estudio con el objetivo de crear una herramienta útil para conocer el negocio del calzado y su evolución y para contribuir a poner en valor la contribución económica de esta industria.

El negocio del calzado muestra su fortaleza en España, afirman fuentes de FICE. En 2022, el sector logró crecimientos relevantes en producción, empleo, exportaciones y, sobre todo, consumo, convirtiéndose en uno de los segmentos con mejor desempeño en el negocio de la moda.

Las subidas llegaron al 6,6% en la producción, el 4,7% en el número de trabajadores y al 12,1% en las ventas, mientras que las exportaciones batieron un nuevo récord rebasando por primera vez la barrera de los 3.000 millones de euros en ventas al exterior.

Estas algunas de las magnitudes que recoge el nuevo Informe del calzado en España 2023, un estudio impulsado por la Federación de Industrias del Calzado Español (Fice) con el objetivo de crear una herramienta útil para conocer el negocio del calzado y su evolución y para contribuir a poner en valor la contribución económica de esta industria.

El estudio, que cuenta con el patrocinio de Bigcommerce, ha sido elaborado por Modaes a partir de información recogida de varias fuentes estadísticas: Instituto Nacional de Estadística (INE), Seguridad Social, Icx España Exportación e Inversiones, World Footwear Yearbook,

**shoesTM
from
spain**

Federación
de Industrias
del Calzado
Español

Kantar, Euromonitor International o la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

En un contexto internacional marcado por el crecimiento de la producción, la demanda y las exportaciones, las ventas minoristas de calzado en España cerraron 2022 con un crecimiento del 12,1%, según Euromonitor International.

La subida, hasta 6.000 millones de euros, duplica la registrada por las ventas minoristas a escala internacional, que escalaron un 6,8% y alcanzaron 342.100 millones de euros.

Con un alza del 13,2%, hasta 2.000 millones de euros, el calzado masculino tiró en 2022 del crecimiento de las ventas de calzado en España.

Por su parte, el calzado femenino alcanzó 3.200 millones en ventas minoristas, con un alza del 12,1%, y el infantil llegó a 800 millones de euros, un 9,7% más que en 2021.

Por su parte, Kantar estima que el valor del mercado del calzado en España escaló un 6,9% en 2022 en relación al año anterior, frente a un alza del 7,7% en el conjunto del sector de la moda. Pese al alza, el calzado continúa un 5,9% por debajo del valor de mercado alcanzado en 2019, antes del estallido de la pandemia, mientras que las ventas del conjunto del sector de la moda son

todavía un 7,8% menores que en 2019.

El alza en las ventas del sector en el mercado local estuvo acompañada de un nuevo impulso en los mercados internacionales. Las ventas de calzado de España al extranjero crecieron un 20,3% en 2022 y alcanzaron un nuevo máximo histórico, situado en 3.058 millones de euros.

Las exportaciones crecieron además en prácticamente todos los mercados relevantes para el calzado español, como Francia, Italia, Alemania y Portugal, mientras que falló en China, con una caída de ventas del 38,4%.

El impulso de las ventas online en el calzado sigue en alza

Otro revulsivo para las ventas del sector en 2022 fue el ecommerce. Mientras en el conjunto del sector de la moda el peso de las ventas online frena su crecimiento dos años después del estallido de la pandemia (que actuó como dinamizador del ecommerce), en el calzado sigue al alza.

Las ventas online coparon en 2022 el 27,8% de la facturación del sector en España, frente al 21,1% de cuota en el conjunto del sector de la moda, según datos de Kantar recogidos en el estudio.

Menos empresas, pero más empleo

Por otro lado, según los últimos datos disponibles, la industria española de fabricación de calzado contaba a 1 de enero de 2022 con 2.975 sociedades, el valor mínimo desde inicio de la serie estadística del INE, en 2008. La caída respecto al año anterior se situó en el 2,2%. Sin embargo, el sector ha elevado el número de grandes empresas: las compañías de 250 a mil trabajadores pasaron de una en 2013 a cuatro en 2022.

Además, a pesar del descenso en el número de empresas el sector ha creado empleo con fuerza en los dos últimos años. A cierre de 2022, las empresas de fabricación de cuero y calzado sumaron 41.136 afiliados a la Seguridad Social, lo que supone un incremento del 4,7% en comparación con el ejercicio anterior y un alza acumulada del 18% en los dos últimos años.

En los últimos diez años, el sector ha reducido el peso de los autónomos en la fuerza laboral, que han pasado del 15% del total de afiliados a la Seguridad Social en 2009 al 10,8% en 2022. Asimismo, el sector avanza hacia la paridad: las mujeres sumaban a cierre de 2022 el 47,2% de los puestos de trabajo en esta industria, mientras que hasta 2011 estaban por debajo del 40% del total.

Producción de más valor

La actividad de la industria española del calzado ha ido al alza en los últimos años, pero en 2022 todavía no había alcanzado los valores prepandemia. Frente a los cerca de 95 millones de pares que se produjeron en España en 2019 o los más de 100 millones de pares de 2015 y 2016, el sector fabricó en España 82,9 millones de pares en 2022.

Aunque el volumen no se ha recuperado del todo, la producción del sector acumula un alza del 11,7% en comparación con 2020, cuando tocó suelo con sólo 74,2 millones de unidades.

Además, la recuperación del sector va aparejada a una producción de

mayor valor: el valor de los pares producidos por el sector del calzado (excluyendo los componentes de piezas no terminadas) se situó en 2022 en 1.835 millones de euros, lo que supone un aumento del 18,5% en comparación con el año precedente y del 26,9% en relación al atípico 2020. El sector no ha recuperado así la cota de los 2.000 millones de euros que había superado en 2016, 2017 y 2018, pero sí ha logrado elevar el valor medio de los pares producidos.

En particular, el par (incluyendo todo tipo de calzado, como sandalias o pantuflas) producido en España tuvo en 2022 un valor a salida de fábrica de 22,13 euros, el más alto de la serie histórica.

Precios contenidos

Rosana Perán, presidenta de la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE)

La contención de los precios en un entorno de elevada inflación es otro rasgo del sector del calzado en los últimos años tras el estallido de la pandemia. En 2021, mientras el Índice de Precios al Consumo (IPC) general se disparaba en España hasta el 6,5%, el calzado moderaba incluso su inflación, con una subida de sólo el 0,7%. En 2022 el calzado continuó contribuyendo a la moderación de la inflación con una subida del 3,4%, frente al alza general de precios al consumo del 5,7%.

Lo mismo ocurrió con los precios de la industria. Frente a un Índice de Precios Industriales (Ipri) disparado hasta un histórico 35,2% en 2021, el sector de la fabricación de calzado sólo marcó un alza del 1%. En 2022, el calzado elevó sus precios un 4,5%, todavía muy lejos del alza general de los precios industriales, que llegó al 14,9%.

Rosana Perán, presidenta de Fice, ha señalado, con motivo de la presentación del informe, que el sector del calzado "se enfrenta a grandes retos, pero al mismo tiempo es reconocido a nivel internacional por varios valores distintivos que le confieren una identidad propia, como la calidad o la larga tradición".



Creada en 1977, FICE (Federación de Industrias del Calzado Español) es la organización empresarial que representa los intereses generales del sector del calzado español en los ámbitos nacional, europeo e internacional.

En conjunto, FICE y sus Asociaciones aglutinan a más de 400 empresas que representan el 90% de la producción, distribución y exportación del sector calzado en España. Su labor se centra en impulsar la competitividad de las empresas, potenciando sus fortalezas, y favoreciendo un sector de futuro.

FICE está reconocida como Entidad Colaboradora de la Secretaría de Estado de Comercio Exterior, del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y como tal, participa en todos los debates nacionales sobre Comercio Internacional, defendiendo los intereses comerciales sectoriales, canalizando la información sobre normativa comercial entre los asociados, así como facilitando el acceso de éstos a los mercados exteriores. Es, asimismo, la única entidad del sector calzado colaboradora de ICEX España Exportación e Inversiones, para la elaboración y gestión del Plan Sectorial de Promoción Exterior.

FICE forma parte de las Organizaciones Empresariales Españolas, CEPYME y CEOE. Y, en su labor de lobby europeo, es miembro destacado de la Confederación Europea de Calzado (CEC), con sede en Bruselas, como segundo productor y exportador de calzado europeo.

CNNCT de Eastpak: colección de mochilas y equipaje



Ya sea para el día a día o para una escapada de fin de semana, esta elegante y espaciosa colección de mochilas y equipaje CNNCT no defraudará.

STAMP ha presentado en Bisutex su nueva colección



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.

Abbacino: colección de bolsos "Wonderland"



La nueva propuesta de la marca mallorquina de bolsos sostenibles, confeccionados con materiales reciclados y con procesos de elaboración respetuosos con el medio ambiente.

El espíritu de la biblioteca: capítulos de todo el mundo



La campaña global de Montblanc pone de relieve el poder inspirador de las bibliotecas de ciudades de todo el mundo, desde Londres, pasando por Nueva York y Shanghái, hasta Madrid, Barcelona, o Lisboa...

Colección de Campomaggi O/I



Campomaggi, la firma de bolsos italianos de cuero, presenta su colección para la temporada otoño-invierno 2023-2024.

Kalk inicia la nueva temporada con un restyling de su logo



Este logo, muestra una línea estética mucho más contundente con trazos uniformes que facilitan la lectura.

STEPPING STRONG
STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM

Feria Hábitat València y Home Textiles Premium by Textilhogar superan los 45.000 visitantes profesionales y consolidan el éxito de la convocatoria



Satisfacción plena entre expositores y visitantes apenas unas horas que se clausure una nueva edición de Feria Hábitat València y Home Textiles Premium by Textilhogar. Con más de 96.000 metros cuadrados de exposición comercial, ocho pabellones de Feria Valencia y una oferta de 881 firmas y marcas internacionales, las expectativas estaban en lo más alto; unas previsiones que se han cumplido de forma notable y que consolidan el modelo de feria de gran formato y capacidad de convocatoria profesional tanto nacional como internacional.

A última hora se habían registrado 45.026 visitantes profesionales, lo que supone, continuar en la senda registrada en la edición del año pasado. Este año, a pesar de no contar con el importante aporte de profesionales del sector de la cocina, tanto Hábitat y Textilhogar prácticamente han igualado las cifras de la última edición y han rebasado de forma notable los registros de 2019, última convocatoria en la que participó en solitario Feria Hábitat Valencia sin el aporte de Espacio Cocina SICI, que regresará de nuevo en la cita de 2024.

Los expositores han destacado de forma especial la alta capacidad de negocio generado durante los días de feria, especialmente en el ámbito del contract internacional. De hecho, el principal estudio norteamericano de arquitectura ha estado estos días en València buscando proveedores, al igual que la práctica totalidad de las principales cadenas hoteleras.

Por ejemplo, un expositor valenciano ha confirmado en feria un proyecto de amueblamiento de mil habitaciones de un nuevo completo hotelero. El visitante internacional, en este sentido y según las primeras cifras aportadas, supone el 15% del total de profesionales que han visitado la feria y procedentes de más de 80 países, principalmente y por este orden, de Portugal, Francia, Italia, Estados Unidos, Bélgica, Alemania, Lituania, Marruecos, Nigeria y Reino Unido. También sorprende que, pese a las circunstancias actuales, en Feria Valencia se haya recibido a 69 profesionales de Rusia y más de medio centenar de compradores ucranianos.

Barcelona Bridal Fashion Week 2024 invita a la moda a abrazar el futuro con optimismo



Barcelona Bridal Fashion Week (BBFW), organizado por Fira de Barcelona con el apoyo del Departament d'Empresa i Treball de la Generalitat de Catalunya, volverá a ser el epicentro mundial de tendencias y negocios en su edición de 2024, reuniendo todo el ecosistema nupcial en el recinto de Montjuïc, con las colecciones de grandes firmas de moda bridal, casas de alta costura y nuevos talentos.

El evento líder mundial Bajo el lema "NOW" y con el estreno de una nueva imagen

creada por inteligencia artificial (IA), el evento se prepara para volver a reunir entre el 17 y 21 de abril el universo bridal y mostrar las últimas novedades en moda, complementos, tendencias, arte y diseño, tanto en la pasarela como en la exposición comercial.

23 diseñadores y marcas participarán en la 32ª edición del O80 Barcelona Fashion

El cartel incluye las firmas All That She Loves, Amlul, Bielo_Oscarleon, Carlota Barrera, Cherry Massia, Como la Trucha en Trucho, Custo Barcelona, Dominnico, Eñaut, Escorpio, Guillermina Baeza, Habey Club, Lebor Gabala, Lemâchet, Lola Casademunt by Maite, Nathalie Chandler, Outsiders División, Paolo Leduc, Simorra, Syndical Chamber, The Atelier, The Label Edition.

La edición se celebrará del 24 al 27 de octubre en el Recinto Modernista de Sant Pau.

Atelier Couture avanza programa para el 17 y 18 de octubre



Trece desfiles de moda para ceremonia, novia, novio, invitada, fiesta y tres exposiciones, presentarán una muestra de creaciones procedentes de diferentes lugares de España, que confluirán en Madrid, en el icónico Palacio de Santoña, sede de la Cámara de Comercio de Madrid, para celebrar una 10 Edición muy especial.

FUTURMODA impulsa su internacionalización y crecimiento gracias al IVACE



FUTURMODA, la feria líder en componentes y maquinaria para el calzado, celebra los próximos 18 y 19 de octubre su 50ª edición con un hito histórico. En un esfuerzo por fortalecer su alcance internacional y atraer la atención de empresas de todo el mundo, FUTURMODA ha firmado una colaboración estratégica con el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE

Internacional).

El IVACE Internacional, una entidad dedicada a promover el crecimiento empresarial y la internacionalización de las compañías de la Comunidad Valenciana, ha asumido la tarea de promocionar la feria FUTURMODA en varios países clave. Gracias a esta colaboración, más de una docena de empresas de renombre internacional han expresado su interés en visitar la feria.

Estos visitantes podrán conocer las 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 de FUTURMODA GREEN PLANET.

Lo que hace que esta edición sea verdaderamente excepcional es que el IVACE Internacional se compromete a financiar el alojamiento y los vuelos de estas empresas interesadas, con el objetivo de facilitar su participación en FUTURMODA. Este gesto de apoyo demuestra el compromiso del IVACE Internacional en impulsar la industria del calzado y componentes en la Comunidad Valenciana, así como su voluntad de atraer inversores y compradores internacionales a la feria.

Fashion Rendez-Vous exhibe la oferta de 114 firmas y atrae la visita de 2.690 profesionales



La tercera edición de Fashion Rendez-Vous cerró sus puertas el jueves 14 de septiembre tras haber acogido a 114 expositores (Tejedores, fabricantes de complementos, estudios de diseño, fabricantes de prendas de vestir, curtidores...) y 2.690 visitantes, de los cuales un 35% de visitantes internacionales procedentes de Europa (Reino Unido, Italia, España, Países Bajos,

Alemania, Portugal...), Asia y Estados Unidos.

Durante dos días, los profesionales del sector (responsables de marcas de moda y complementos, compradores, diseñadores, responsables de producción, etc.) se reunieron en el Grand Palais Éphémère para descubrir las últimas novedades y propuestas para el Otoño-Invierno 24-25 y participar en las conferencias y talleres de trabajo.

Micam, Mipel, The One Milano y Homi Fashion & Jewels consiguen 42.273 visitantes profesionales



Las ferias dedicadas a la moda y los complementos que tuvieron lugar estos últimos días en Fieramilano (Rho) cerraron ayer con excelentes resultados. MICAM Milano, MIPEL, The One Milano y HOMI Fashion&Jewels Exhibition recibieron la visita de 42.273 operadores profesionales (+21% respecto a la edición de septiembre de 2022) de 129 países. Sobre todo, los salones captaron el fuerte dinamismo de los compradores extranjeros, demostrando la importancia de las exportaciones para consolidar la recuperación de los sectores representados.

Los datos finales de los eventos destacan una excelente evolución de visitantes procedentes de España, Francia y Alemania; En el ámbito extracomunitario, el gran regreso de China y las confirmaciones de Japón, Norteamérica con Canadá y Estados Unidos.

2.000 marcas presentaron sus colecciones para la próxima temporada caracterizadas por un alto compromiso con la investigación y la innovación, la calidad y una fuerte propensión a la sostenibilidad. Los jóvenes, alma de sectores en continua evolución, volvieron a ser protagonistas de todos los eventos gracias a iniciativas específicas y espacios especiales. La creatividad, el talento, la investigación de materiales y tecnologías de producción, pero también la atención al cambiante mundo de la moda, han caracterizado las creaciones de los nuevos diseñadores.

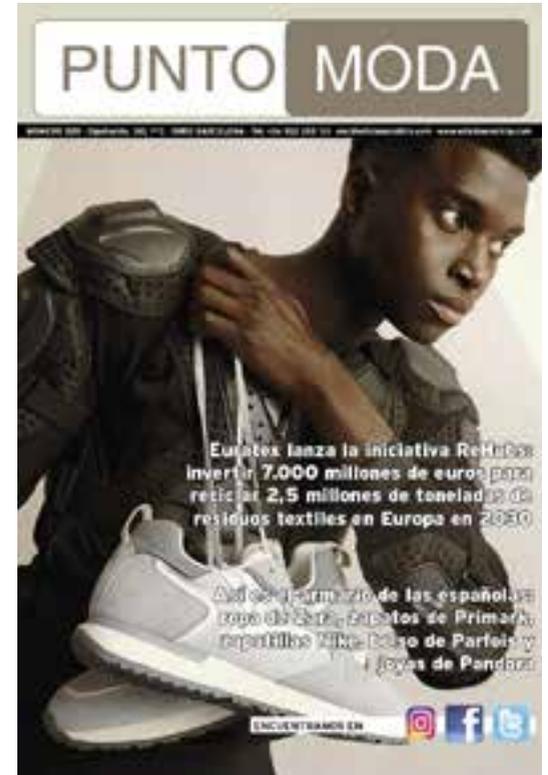
Tampoco faltaron oportunidades para reunirse y debatir sobre los temas más interesantes para el sector, desde la sostenibilidad hasta la inteligencia artificial, desde las nuevas técnicas de producción hasta el futuro del comercio minorista.

Simac Tanning Tech cierra con 6.500 visitantes profesionales

Los datos definitivos de asistencia registran más de 6.500 presencias certificadas entre operadores y delegaciones, de las cuales aproximadamente el 60% son visitantes italianos y el 40% son visitantes extranjeros. Según esto, la última edición de este evento ha recibido un +37% de visitantes y un +14% de expositores respecto al año pasado (320 expositores).

Los números confirman la tendencia positiva, con 320 empresas expositoras presentes en los 15 mil metros cuadrados de la feria. Italia sobre todo, pero también Turquía, Francia, Alemania, Portugal, Brasil, México, España, Túnez y el gran retorno de los países asiáticos entre las 96 naciones de origen de los visitantes.

No es sólo una cuestión de números: una participación muy significativa y cualificada en los pabellones históricos 14 y 18, a la que hay que añadir la de las otras ferias milanesas que se reunieron y coincidieron este año en fechas en Rho Fiera y que hicieron de Milán el centro de la cadena de suministro de la moda. Precisamente la sinergia de las ferias combinadas fue impulsora y decisiva para el éxito del evento, junto con las innovaciones y servicios de aplicación presentados por la realidad multisectorial que compartía el objetivo de dar vida a ecosistemas productivos en nombre de la transición sostenible.



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:

