

PUNTO MODA

NÚMERO 348 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

Rafael Bernabeu, recibe el Premio de Honor a su trayectoria empresarial en los premios de la Asociación de la Empresa Familiar de Alicante

Techtextil y Texprocess convocan una nueva edición de sus Premios a la Innovación 2024

ENCUENTRANOS EN



son**t**ress

SLIM

naturalmente

**LINIA ACC CON TEJIDO
ALTA DENSIDAD FORTE
ACTIVE TECHNOLOGIC**

**ANTICELULITICO
ADELGAZANTE
REDUCTOR**

son**t**ress SLIM

**SIEMPRE
GUAPA**

SIEMPRE ACTIVA

SIEMPRE SANA

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



Nuestra Portada:
Desigual

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.



PUNTO MODA



Las ventas en las tiendas de moda, calzado y complementos aumentaron un 1,2% en septiembre con respecto a 2022, según Acotex

Un incremento de ventas prácticamente nulo motivado principalmente por las altas temperaturas que unido al incremento de los tipos de interés, afectando directamente a las cuotas de las hipotecas, el incremento de la cesta de la compra, etc. por lo que el cliente tiene cada vez menos renta disponible, se empieza a notar un descenso en el consumo.

Queda un último trimestre del año con mucha incertidumbre por los datos macro económicos, formación del gobierno y preocupación en la venta de las prendas de otoño/invierno por la climatología, con temperaturas muy elevadas en el comienzo de este último trimestre.

El último informe de Modacc y Kantar muestra un incremento de la venta online y del consumo reflexivo

El contexto económico actual está afectando de forma directa al mercado de la moda, debido al control de gasto de los compradores, que manifiestan preocupación por la situación actual y prefieren controlar sus gastos, ahorrar y prevenir. Los consumidores han reducido el número de visitas de compra a los establecimientos de moda y afirman comprar estrictamente lo necesario, priorizando la búsqueda de ofertas incluso fuera de la época de rebajas.

En este sentido, aunque se observa un incremento del 7,3% en el gasto en moda durante el primer semestre del 2023, el volumen de productos vendidos es únicamente un 2,1% superior. Así lo revela el Informe para el Clúster Catalán de la moda MODACC elaborado a través del panel de Consumo de productos de moda de Kantar Worldpanel, empresa especializada en estudios de mercado, a partir de una muestra de más de 10.000 consumidores de todo el Estado español.

Según el estudio, España, es el país donde más ha repuntado la compra online en 2023 (21,9%), por encima de Italia y Francia. Además, en Europa, España ha sido el único país que ha impulsado las compras en el primer semestre (+2,1%), mientras que, en Inglaterra, Italia y Francia, se han visto disminuidas.

La patronal europea y la española del textil y la confección, EURATEX y CIE, solicitan a la Presidencia de la UE relanzar la industria manufacturera europea

Con motivo del Consejo extraordinario del 6 de octubre en Granada, el presidente de la Confederación Europea de Confección y Textiles (EURATEX), Alberto Paccanelli y el presidente del Consejo Intertextil Español (CIE), Pepe Serna, piden a la Presidencia de la UE que desarrolle una nueva estrategia de competitividad que pueda relanzar la industria europea y garantice que seguirá siendo competitiva en las próximas décadas. Esto significa aunar las políticas comerciales y energéticas de ayuda estatal y de sostenibilidad en un enfoque único, integrado y global, que pueda respaldar una industria manufacturera europea sólida y moderna.

Inditex y la federación internacional de empresas de la confección, IAF, firman un acuerdo marco para impulsar la transformación de la industria

Inditex y la International Apparel Federation (IAF), que a través de sus asociaciones representa a más de 100.000 empresas productoras en más de 40 países, firmaron el pasado 3 de octubre un acuerdo marco para impulsar una transformación significativa en la industria y en las cadenas de suministro globales, estableciendo objetivos claros y líneas de acción concretas que apoyen la incorporación de prácticas y tecnologías más sostenibles.

Este acuerdo sienta las bases para la implementación de proyectos que buscan mejorar las condiciones laborales, proteger el medioambiente, avanzar hacia la circularidad y promover la transparencia y trazabilidad en la cadena de suministro.

“La colaboración con la federación internacional de empresas de la confección es clave para impulsar un cambio que alcance a toda la industria textil, superando tanto los retos sociales como medioambientales que tenemos por delante. Este acuerdo nos permitirá seguir desarrollando e incorporando las mejores prácticas en las fábricas, fomentar la innovación y apostar por las tecnologías más eficientes, contribuyendo a elevar los estándares y la competitividad de la industria en su conjunto”, señala el consejero delegado de Inditex, Óscar García Maceiras.

“Estamos encantados de compartir con Inditex nuestra visión sobre la importancia de unir fuerzas en toda la cadena de suministro e impulsar un cambio transformador y sostenible en la industria de la confección. La colaboración con Inditex permitirá centrar esfuerzos en un cambio real sobre el terreno que beneficie a todas las partes involucradas y a las iniciativas industriales globales en las que participan Inditex e IAF”, afirmó el presidente de IAF, Cem Altan.

IAF e Inditex han identificado áreas de trabajo prioritarias como el desarrollo industrial de los países productores y la transición hacia una industria que convierta los residuos en nuevas materias primas y que avance hacia la neutralidad de emisiones, promoviendo el uso de energías renovables y procesos con un menor impacto en los ecosistemas. La mejora de las condiciones laborales se establece como otro pilar fundamental del acuerdo, impulsando acciones conjuntas en temas como la salud y seguridad en el trabajo, la protección social o la diversidad e inclusión.

Se incluyen también aspectos transversales como la creación de un marco común para medir y verificar los impactos de la industria textil, el desarrollo de prácticas que impulsen la transparencia -como el etiquetado digital-, la exploración de la interoperabilidad de sistemas de información o la promoción de la digitalización y la eficiencia en las cadenas de suministro globales, entre otras cuestiones.

Roberto Verino reabre su Flagship en Serrano 33 e impone un nuevo concepto de tiendas



Serrano 33 es una declaración de intenciones. Confirma el relato de futuro de Roberto Verino. De la mano de un alegato firme y sólido acerca de la importancia de poner en valor la experiencia del cliente. Una experiencia real, sin artificios y llena de significado.

Bahía Sur refuerza su oferta en el sector de eyewear con la apertura de la española Hawkers



El local de la marca- de 114 metros cuadrados y ubicado en la galería comercial junto a Carrefour-, continúa con el nuevo concepto de tienda que Hawkers está extendiendo a sus locales donde, además de los best sellers y colaboraciones de la firma, se ofrecen también productos y servicios de óptica.

La Torre Outlet Zaragoza triunfa en los Premios al Comercio de Aragón



Este año se ha celebrado la tercera edición de los Premios al Comercio de Aragón. Es una oportunidad de encuentro para el sector, a la vez que de reconocimiento y agradecimiento a las principales empresas de la comunidad autónoma.

La gala se celebró el pasado miércoles 4 de octubre en la ciudad de Huesca, más concretamente en el teatro Olimpia.

El centro comercial outlet ha obtenido este reconocimiento en la categoría de Grandes Empresas de Comercio de Aragón.

A la ceremonia organizada por el Gobierno De Aragón han asistido diferentes personalidades como Mar Vaquero (vicepresidenta segunda de Economía, empleo e industria) y Javier Camo (director general de Comercio, Ferias y Artesanía del Gobierno de Aragón).

La Torre Outlet Zaragoza cumple este octubre su tercer aniversario desde que abrió a finales del año 2020. Hoy en día es un centro comercial referente en Aragón y uno de los principales outlets de la zona norte del país.

Este premio a Gran Comercio de Aragón llega después del premio al mejor Parque Comercial en 2022, de la reciente obtenida certificación BREEAM y de la reelección de La Torre Outlet Zaragoza como Traveller's Choice 2023 por los usuarios de Tripadvisor.

Kiabi fortalece su modelo de franquicia con la apertura de su nueva tienda en Alcoy

La firma francesa Kiabi continúa su estrategia de expansión con la apertura de su tienda número 62 en el país. Esta nueva ubicación, la cuarta en la provincia de Alicante y la cuarta franquicia en España, refuerza aún más el sólido modelo de franquicia de la marca en el mercado.

La apertura de la nueva tienda Kiabi en Alcoy, ubicada en el Centro Comercial Alzamora, complementa la oferta de Kiabi en Alicante y se suma a sus otras tres tiendas ubicadas en esta misma provincia.



Desigual apuesta por el sector travel retail para continuar con el crecimiento



Desigual continúa con el objetivo de fortalecer la competitividad del negocio durante este 2023 y prepara su participación en TFWA Duty Free & Travel Retail Global Summit, el encuentro de la mayor asociación internacional de tiendas libres de impuestos y minoristas de viajes. La cita que se celebra anualmente en Cannes cuenta con la presencia de muchas marcas de moda, complementos, joyería, cosmética, artículos de lujo y otros sectores presentes en los espacios comerciales de los aeropuertos de todo el mundo.

Además de la aperturas de tiendas previstas para este año en Latinoamérica y Oriente próximo y el refuerzo de los mercados asiáticos, Desigual apuesta por el crecimiento del sector travel retail. A final de 2023 la compañía de moda contará con 180 puntos de venta físicos en los aeropuertos de todo el mundo y la previsión es que de cara a 2025 la cifra aumente en un 30%.

Jaqueline Hernández, Global Head of Travel Retail explica que “tenemos un ambicioso plan de crecimiento en las tiendas libres de impuestos y viajes, un canal que ofrece un alto nivel de rentabilidad y nos permite asociarnos a grandes empresas mundiales. De cara a final de este año se estima que represente un 12% de las ventas mayoristas totales. Se trata además de una oportunidad de estar cerca de nuestros clientes con nuevos puntos de contacto y trasladar nuestra experiencia de tienda Desigual y el nuevo concepto a otras categorías de consumidores y consumidoras”.

A la exposición y conferencias TFWA acuden los mayores operadores de los espacios duty free del mundo como Dufry, Heinemann, Hudson, Lagardère o UETA así como los emergentes gigantes asiáticos. Según el reciente informe 'Duty-free and Travel Retail Market Report(2023-2028)', se estima que el valor del sector de las tiendas libres de impuestos ascienda a 68.840 millones de dólares en 2023. Sólo en Europa el tamaño del mercado para este año se estima en 82.500 millones de dólares y se espera que alcance los 122.010 millones de dólares en 2028.

Mango lanza su propia plataforma de IA generativa conversacional denominada Lisa



Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, avanza en su proceso de digitalización con el lanzamiento de su propia plataforma interna de Inteligencia Artificial generativa conversacional, denominada Lisa.

Lisa utiliza diferentes modelos, tanto privados como open source, entrenados para la compañía, a partir de los que el grupo de moda ha construido su propia plataforma de IA generativa conversacional en menos de nueve meses. La nueva plataforma cuenta con una interfaz propia de Mango, similar a chat GPT, adaptada para atender casos de uso de sus empleados y partners.

La implementación de la IA generativa de contenidos y conversacional, que mejorará desde el desarrollo de colecciones hasta el servicio de postventa, forma parte del proceso de transformación tecnológica en el que está sumergida actualmente la compañía y que se centra en la digitalización del ciclo de vida de los principales activos informacionales de la industria: cliente, puntos de venta, stock y producto.

“La inteligencia generativa es una inteligencia extendida, es decir, una tecnología que será un copiloto para nuestros empleados y stakeholders y que nos ayudará a extender sus capacidades, porque la tecnología nos hará más humanos o no será”, señala Jordi Àlex, director de tecnología, datos, privacidad y seguridad de Mango.

Codiseño con IA generativa

Además de Lisa, Mango desarrolló hace un año una plataforma de IA generativa de imágenes, denominada Inspire, con el objetivo de ayudar al equipo de diseño y producto de la compañía a inspirarse viendo diferentes conceptos para poder cocrear estampados, tejidos, prendas, etc.

Los modelos de IA actuales ofrecen resultados de alta calidad para diferentes casos de uso en el diseño de moda, favoreciendo la adopción por parte de los equipos de Mango. La compañía, que ha llevado a cabo múltiples sesiones de divulgación y formación con diferentes equipos, capacitando a más de un centenar de diseñadores y grafistas, cuenta ya con más de veinte prendas en el mercado que han sido cocreadas con Inteligencia Artificial.

GANT lanza su colección FW23 inspirada en la "American Academia"



La temporada continúa con una estética de la Costa Este, inspirada en las musas de la cultura pop de los años ochenta y noventa.

"La colección Otoño/Invierno 23 trata de consolidar el aspecto y la sensación actuales de GANT a través de una mezcla característica de piezas de inspiración vintage y vanguardistas.

Prendas convertibles, así es el último lanzamiento de COOSY junto a la diseñadora Maria Baraza



Coosy se une a la diseñadora de novia Maria Baraza para crear una colección de prendas convertibles que darán una nueva vida a tu armario.

Para Maria, las prendas convertibles son el sello de su marca, ya que todos los vestidos de novia que tiene en sus colecciones son convertibles.

Un vestido o prenda convertible tiene la capacidad de cambiar para que parezca totalmente distinta de forma y estilo. No son solo piezas que se desmontan o se cambian, son prendas que se convierten para que parezcan otras.

Sepiia propone el 'armario cápsula' para esta temporada con prendas sostenibles, antiarrugas y antimanchas



Sepiia apuesta por el minimalismo chic con tres prendas para el fondo de armario: camisas, con entalle Oversized o Slim, camiseta de cuello barco con manga 3/4, y pantalón de vestir negro 24/7 de corte recto y tiro alto que moldea y estiliza la figura.

Las prendas cuentan con la tecnología Sepiia: son antimanchas, antiolores, no necesitan plancha y, además, son de secado rápido, lo que supone una gran ventaja en invierno.

forte_forte se alía con LF Corporation para entrar en el mercado coreano



forte_forte anuncia su nueva colaboración con LF CORPORATION para el desarrollo del mercado coreano. LF será el distribuidor exclusivo de forte_forte en Corea del Sur a partir de la colección "forte_forte primavera 2024"

Cada prenda forma parte de un proyecto auténtico y atemporal que refleja valores profundos e investigación, desvelando la belleza de lo que expresa un sentimiento creativo.

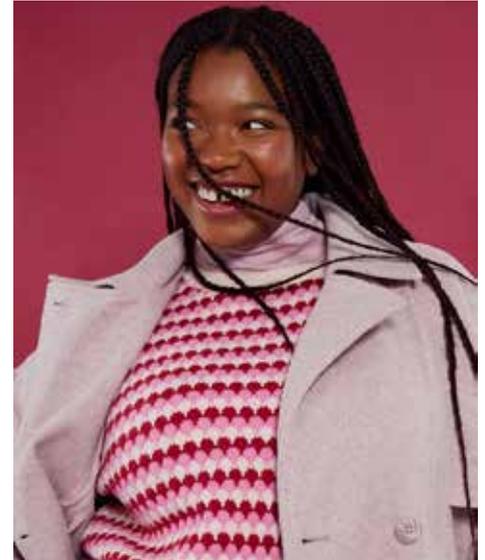
Adéntrate en el otoño con IS COMING y su nueva colección "Zumaya, paseos de invierno"



La firma española Is Coming presenta su nueva colección AW 23/24, una colección en colores profundos entremezclados con un color natural que aporta luz a todo.

Encontramos trajes de lana en espiga y con raya diplomática. Trajes de pana que combinan a la perfección con prendas en colores lisos con detalles románticos, como festones y ondas.

Compañía Fantástica apuesta por la diversidad y la inclusión



La industria de la moda continúa derribando tabúes y rompiendo con los cánones de belleza tradicionales. Como muestra de ello, esta vez ha sido la firma Compañía Fantástica la que ha dado un paso más incluyendo en las imágenes de su colección a modelos de diferentes tallas, edades y condiciones.

Porque la moda debe ser inclusiva, apostar por la diversidad y hablar al grosso de la sociedad. Un nuevo punto de mira cada vez más habitual que camina hacia la inclusión.

Yves Saint Laurent Beauty celebra todas las masculinidades en su fiesta de presentación de MYSLF, la nueva fragancia masculina de la marca



La firma ha presentado su nueva fragancia masculina MYSLF, una declaración generacional que invita a redescubrirse a uno mismo y celebrar todas las masculinidades.

Laura Matamoros, Marc Seguí, Recycled, Lola Lolita, Eduard Torres, Alex Saint, Lucas Bojanich, Maria Forqué, Ibelky, Trece, Sam Vázquez, entre otros, fueron algunos de los invitados que no quisieron perder la oportunidad de acompañar a Yves Saint Laurent Beauty en este evento tan especial.

La rutina capilar de Lidia Torrent de la mano de Kerasilk



La catalana elige utilizar productos profesionales porque Kerasilk es sinónimo de innovación, calidad, ingredientes y fórmulas novedosas, estudiadas y concentradas que ofrecen un cuidado óptimo adaptado a sus necesidades, consiguiendo un cabello sano, fuerte, resistente, elástico y brillante.

Forcapil, de la mano de Paula Badosa, presenta su novedad anticaída para que el cabello crezca fuerte y resistente



Un cabello fuerte y sano nos empodera para enfrentarnos a los retos del día a día. Por eso, como embajadora de Forcapil® Anticaída, Paula Badosa defiende el uso de productos que refuercen la fibra capilar para que nuestro cabello refleje la fortaleza que sentimos por dentro.

Alma Secret, comprometida en la lucha contra el cáncer de mama a través de su aceite de Rosa Mosqueta



El pasado 19 de octubre fue un día muy importante para todos, ya que se conmemora el Día Internacional de la Lucha contra el Cáncer de Mama. La firma de cosmética natural murciana ALMA SECRET apoya esta causa durante todo el año con su aceite corporal más especial.



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.



Signature Sheer, el nuevo lanzamiento de TRIUMPH con transparencias y la novedad de la "T" incorporada en el diseño de prendas interiores y exteriores



En un mundo en el que el estilo personal no conoce fronteras, las mujeres merecen una gama de lencería que te aporte un estilo único y que te permita dejar huella.

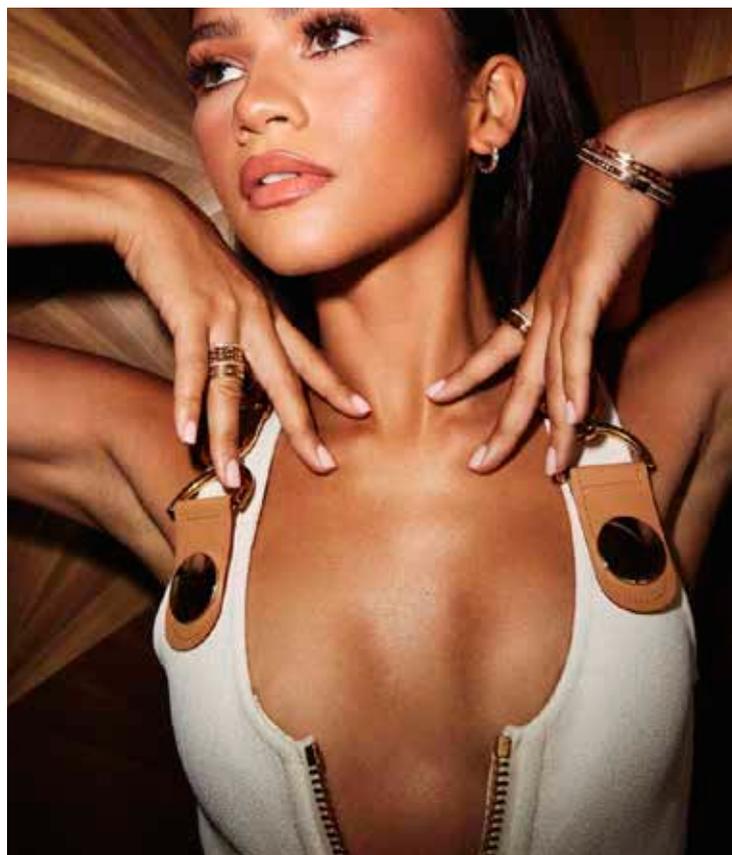
Ahora, más que nunca, celebramos nuestra individualidad. Nos expresamos con una lencería que nos permite definir nuestro propio camino y marcar la diferencia.

Docor lanza su colección de baño para hombre SS24



La próxima temporada de sol, mar y piscinas podemos saborearla con otra colección de bañadores para hombre de Docor.

Te revelamos el secreto de Zendaya para lucir un escote perfecto



Este es el momento en que agradecemos haber descubierto el truco y secreto mejor guardado de las celebrities y sus estilistas para lucir un pecho perfecto y que no se nos resista ningún vestido: la cinta adhesiva. Y es que, no solo las amantes de la moda siguen este pequeño (gran) truco para lucir escote. Otras expertas en alfombras rojas como, nada más y nada menos que, Zendaya han caído rendidas ante este sticker corporal. Después de todo, son ellas las que más entienden de escotes infinitos, sexis y perfectos.

Impetus Underwear y la revolución de la lencería masculina



Impetus, la emblemática marca portuguesa con medio siglo de trayectoria, lanza su nueva colección de calzoncillos, una manifestación de calidad incomparable y confort inigualable.

**La firma española
MONNUR presentó su
colección TERRACOTA
SS24 en la Gran Canaria
Swim Week by Moda
Cálida**



MONNUR, en un sublime viaje por el tiempo, nos traslada a la vibrante década de los 70; época de lujo desenfadado, fiebre del sábado noche, coches clásicos descapotables, calas secretas y veranos inolvidables entre Mallorca e Ibiza.

Piezas diseñadas para ser exclusivas, de gran calidad y muy femeninas, sin olvidar el confort y las fibras eco-sostenibles. Confeccionadas a mano en un taller de costura con sumo mimo y cuidado, para que cada pieza sea única y especial. Desde el corazón de la isla de Mallorca con todo su espíritu mediterráneo.

**Dolores Cortés en la
Gran Canaria Swim Week
by Moda Cálida**



Dolores Cortés presentó su colección, antesala del lanzamiento de sus creaciones para 2024, en la Gran Canaria Swim Week by Moda Cálida un año más.

Inspirada en misteriosos paisajes bañados por el sol con estampados que unen pasado y presente, mediante tratamientos digitales, la diseñadora presentó sus propuestas teñidas de colores vitamina llegando casi a los neones que reflejan un regreso del optimismo.

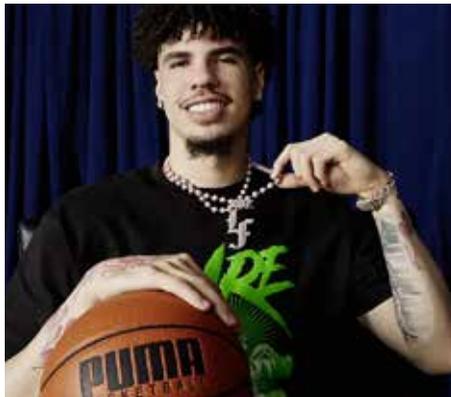
Tonos hiperbrillantes y estimulantes, inspirados por el creciente interés por el mundo digital y la búsqueda del placer, reavivan la imaginación en todo tipo de prendas para el disfrute del verano como son bañadores y bikinis, además de vestidos, camisolas y pantalones.

Los pantalones más innovadores para la montaña invernal los ha diseñado Ternua con tecnología Stormfleece Pro



Ternua, la marca de outdoor sostenible cuyo logo viene representado por una cola de ballena, propone para este invierno dos pantalones para utilizar en actividades de montaña esta temporada, muy innovadores a nivel tecnológico y, cómo no, respetuosos con el medio ambiente, fiel a la forma de hacer de la marca.

Puma Hoops lanza LaFrancé Collection junto a Lamelo Ball



PUMA Hoops y LaMelo Ball presentan la colección LaFrancé creada en colaboración con la marca de lifestyle oficial de LaMelo Ball que se especializa en ropa urbana y deportiva de diseñador.

Rafael Bernabeu, recibe el Premio de Honor a su trayectoria empresarial en los premios de AEFA



El cofundador y Presidente Honorífico de J'hayber, Rafael Bernabeu Moya, ha sido galardonado con el Premio de Honor Manuel Peláez Castillo. Este prestigioso premio es un reconocimiento a su destacada trayectoria como empresario familiar, su significativa contribución al asociacionismo sectorial y su espíritu emprendedor incansable.

La nueva colección de Nike FC Barcelona x Patta une a nueva generación de aficionados



Nike presenta la primera colección FC Barcelona x Patta, que une a los aficionados blaugranas de todo el mundo bajo el lema "Culers del Món".

La colección cápsula conceptualiza la pasión por el FC Barcelona mediante el corazón humano y el sistema circulatorio que bombea la sangre del Barça compartida por los aficionados a través de venas (blau) y arterias (grana), representando el pulso de los Culers de todo el mundo.

Saucony presenta Icons, su colección más esperada para este otoño



La marca americana da la bienvenida a cuatro modelos nuevos, Shadow 5000, Shadow 6000, DXT y Jazz Triple, perfectos para los amantes de la estética retro.



ESPECIALISTAS EN ZAPATILLAS URBANAS



Foot on Mars
sneaker store

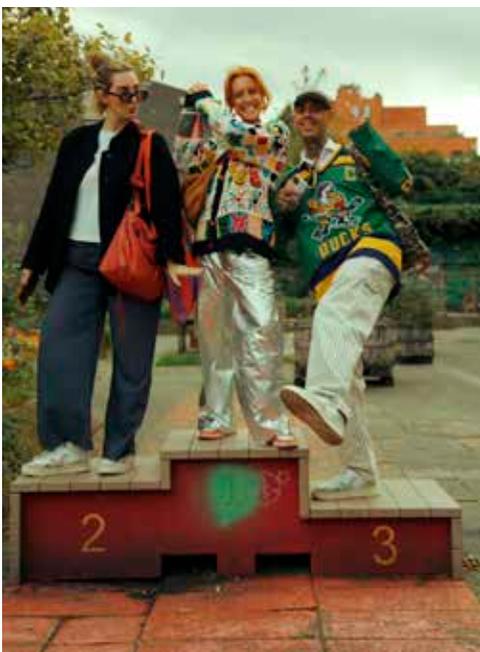


@FootOnMars



www.footonmars.com

Victoria Trend Alert Trip, la gran apuesta por la cultura



Victoria traspasa fronteras y lleva su movimiento de apoyo a la cultura a su máxima expresión en su último evento: un interrail por 3 países europeos, durante 5 días, con 11 artistas internacionales.

Para pensar creativamente es necesario salir de la oficina. Ese fue el desafío del equipo de diseño de Victoria quien se inspiró en la cosmopolita ciudad de Seúl para dibujar los primeros bocetos de una zapatilla urbana con personalidad street style.

Timberland lanza la 50ª edición de la colección Butters para celebrar su medio siglo



Haciendo un guiño al apodo que tiene la bota original de Timberland, la exclusiva colección Butter reimagina cinco siluetas icónicas con piel de primera calidad.

El plástico reciclado como ingrediente principal de las zapatillas Løci Wear



El objetivo de la marca es no dejar huella en el planeta y se esfuerzan cada día fabricando todas sus zapatillas de forma artesanal en sus pequeños talleres situados en Portugal. LØCI WEAR utiliza plástico reciclado del océano en su proceso de fabricación, evitando que, con cada par de zapatillas, 20 botellas de plástico acaben en nuestros mares y vertederos.

¡Vigo a tus pies : los nuevos botines de PIKOLINOS que captan la fusión perfecta entre la moda y la ciudad!



La combinación de cordones y cierre de cremallera añade estilo además de garantizar un ajuste excepcional sin perder la comodidad.

Doja Cat reinventa las icónicas D'lites para Skechers



Doja Cat sobre la colaboración: "Es genial haber podido crear mi propio calzado con Skechers. Además, al diseñar algo inspirado en la icónica zapatilla que en su día usaban mis compañeras Britney Spears y Christina Aguilera, siento que soy parte de la historia".

A man with short, wavy brown hair and a light beard is smiling broadly, wearing dark sunglasses and a dark grey ribbed turtleneck sweater. He is leaning forward against a light-colored stone wall. In the top right corner, the word "PRIVATA" is written in a bold, white, serif font inside a blue, jagged-edged banner. A small, light-colored tag with the word "PRIVATA" is visible on the man's sweater.

PRIVATA

WWW.PRIVATA.COM

**Canussa,
los bolsos
hechos en
España de forma
responsable y
que no se rompen**



Canussa, desde que nació en 2017, ha trabajado bajo los valores de la responsabilidad y sostenibilidad en todo el proceso de producción, llegando a conseguir el sello B-Corp.

**“Círculos de
fuego” de
Carrera y Carrera**



Entre las colecciones más especiales de Carrera y Carrera se encuentra “Círculos De Fuego”, obras de arte únicas representadas por el dragón, símbolo de poder y fuerza.

**Mona Moon
celebra su
10º aniversario
con la nueva
colección Raíces**



Para celebrar este aniversario, la firma presenta una nueva colección de otoño, una colección muy especial y soñada.

Una colección en la que vuelven sus best seller, en la que vuelven sus pieles grabadas, y en la que por supuesto mantienen la calidad y ligereza que caracteriza a Mona Moon.

**UNOde50
presenta Brave,
las joyas que
ensalzan la
valentía**



Estas joyas made in Spain se caracterizan por eslabones y cadenas, metáforas de la necesidad de romper con las ataduras con coraje.

**Campomaggi:
bolsos
todoterreno para
lucir del día a la
noche**



Nuestras agendas repletas de compromisos necesitan bolsos versátiles, capaces de seguirnos el ritmo.

**Suma Cruz
convierte el
broche en joya
protagonista**



Los broches son mucho más que un accesorio; tienen un encanto único y una versatilidad que los hace destacar en cualquier ocasión. Son pequeños tesoros que adornan nuestras prendas y se convierten en los protagonistas.

STEPPING STRONG
STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM

Intergift, Bisutex, Madridjoya y MOMAD marcan el ritmo de la próxima temporada con las nuevas tendencias, estilos y novedades



Intergift, Bisutex, Madridjoya y MOMAD han cerrado sus puertas con miles de propuestas y la mejor oferta en mueble, decoración, regalo, bisutería, complementos, joyería, moda, calzado y accesorios de la mano de más de 1.500 empresas y marcas expositoras que han expuesto en estas ferias provenientes de 21 países diferentes.

Unos datos que consolidan esta confluencia de ferias como instrumento comercial para todos sus sectores, ofreciendo la posibilidad a los más de 31.500 profesionales visitantes de establecer nuevos contactos y negocios, descubrir las últimas tendencias, realizar pedidos y poner en marcha nuevas sinergias comerciales entre clientes y nuevos proveedores en un entorno propicio para el crecimiento empresarial.

Las claves de las propuestas expuestas en estas cuatro citas han estado marcadas por el diseño, la sostenibilidad en los materiales y la adaptación de la tecnología, siendo unas variables

propicias para el comercio internacional y el intercambio de conocimientos.

En total, las ferias Intergift, Bisutex, Madridjoya y MOMAD han ocupado, en IFEMA MADRID, 7 pabellones, equivalente a 38.000 m² en los que los sectores del mueble, decoración, regalo, bisutería, complementos, joyería, moda, calzado y accesorios han podido exhibir todas sus propuestas.

Gran oferta expositiva de la mano de un completo programa de actividades y eventos

Esta edición no solo ha contado con un incremento en el número de empresas participantes, sino que también el programa de actividades ha sido un complemento perfecto para acompañar la actividad expositiva. Esto, junto con los diferentes eventos que se han celebrado, han sido un activo de interés para los profesionales.

El Speaker's Corner de Intergift ha acogido ponencias de interés para el sector con temáticas como la importancia de la iluminación en los comercios, el diseño de interior como generador de nuevos modelos de negocio, la apuesta por los elementos naturales decorativos o incluso el homenaje a la artesanía

colombiana con un desfile de los artesanos participantes en el stand de Artesanías de Colombia. Además, se celebraron los premios Regalo del Año, organizados por la Asociación Regalo Fama, galardonando a diferentes empresas en las categorías de decoración; eco friendly; mesa y cocina; Navidad; regalo original; packaging; velas y aromas y souvenir.

Otro espacio de conferencias de estas ferias ha sido el Foro Imagen que, compartido entre Bisutex, Madridjoya y MOMAD, ha albergado diferentes temas de interés como nuevos reglamentos, gestión de recursos, la sostenibilidad en los respectivos sectores o la inclusión de nuevas herramientas para la mejora del negocio. El pabellón 8 también ha sido testigo de la Pasarela MOMAD donde han desfilado más de una quincena de firmas, participantes en Bisutex, Madridjoya y MOMAD, mostrando sus nuevas colecciones y tendencias.

La jornada del sábado, también acogió la primera edición de Fashion Inspiration Day, una sesión formativa enfocada para la mejora de las líneas de negocio, el desarrollo de estos y su ampliación, para los profesionales del sector retail multimarca. Otro de los

eventos que se celebraban, fueron Km0 Moda y ETMad, ofreciendo propuestas industriales de proximidad, variedad de empresas de tejidos y de fornituras y complementos textiles. En el marco de Madridjoya, también se desarrolló el Espacio Arte y Talento, y el Foro Futurjoya. El primero de ellos, enfocado a la difusión de la formación y la oferta joyera española; y el segundo configurándose como punto de encuentro para los profesionales de la joyería, la gemología y la tasación.

De manera común, entre las cuatro ferias, y en el marco de la celebración del año del Comercio en Madrid, se entregaron los Reconocimientos a los Profesionales del Comercio de Madrid promovidos por el Ayuntamiento de Madrid, COCEM, ACOTEX, HABITAT, el Gremio de Joyeros, Plateros y Relojeros de Madrid y la Asociación de Comerciantes de Calzado de Madrid, junto con estas cuatro ferias, reconociendo a diferentes comercios como Universo del Hogar, El Danubio Azul, Alfaro 1926, Bombay Sunset, Cocinas Alve, Muebles Noel y José Luis Gutiérrez Muñoz, Calzados Schuhe, Calzados Marina y Calzados Pradillo, Farga 1988, Yague Joyeros y Roselin Joyeros.

La 32ª edición de O80 Barcelona Fashion hace hincapié en la sostenibilidad y la creatividad

La 32ª edición de O80 Barcelona Fashion sigue reivindicando la internacionalización, la diversidad y la tecnología, y vuelve a poner de relieve la sostenibilidad, la circularidad y la creatividad. Así lo han explicado el director general de Comerç, Jordi Torrades i Aladren, la directora del Consorci de Comerç, Artesanía y Moda de Catalunya (CCAM), Agnès Russiñol i Amat, y la jefa del Àrea de Moda del CCAM y Project Manager de O80 Barcelona Fashion, Marta Coca i Ortiga, durante la rueda de prensa donde se han presentado las principales novedades y contenidos de la 32ª edición de la semana de la moda catalana.

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

Barcelona Bridal Fashion Week, el evento líder mundial en moda nupcial lanza la campaña de su próxima edición inspirada en el impacto de las nuevas tecnologías en el mundo y la sociedad y en cómo afrontar el futuro de forma positiva y optimista.

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.

TEXHIBITION Istanbul Fabric, Yarn and Textile Accessories Fair bate su récord de visitantes



La cuarta edición de Texhibition Istanbul Fabrics, Yarn and Textile Accessories Fair, tuvo lugar del 13 al 15 de septiembre en el recinto ferial de Estambul Expo Center.

El certamen registró un total de 20.354 visitantes procedentes de 112 países, que pudieron acceder a una amplia oferta expuesta por 444 empresas y que ocuparon una superficie de 15.000 metros cuadrados.

Por procedencias, además de los visitantes turcos, 4.091 compradores se desplazaron desde Reino Unido, Alemania, España, Polonia, Grecia, EE.UU., República Dominicana, Colombia, Rusia, Ucrania y Medio Oriente, entre otros países.

Así, Texhibition Istanbul Fabrics, Yarn and Textile Accessories Fair marca un nuevo récord de visitantes con un aumento significativo del 43,7% de visitantes internacionales y casi un 10% de visitantes locales respecto a marzo de 2023.

Ahmet Öksüz, presidente de la junta directiva de la Asociación de Exportadores de Textiles de Estambul (ITHIB), destaca que "las exportaciones turcas registraron un volumen de 123,4 mil millones de dólares durante el primer semestre de este año. Esto significa que la industria textil turca, como el quinto proveedor más grande del mundo y el segundo proveedor más grande en la UE, puede mantener una posición firme en un entorno de mercado global difícil".

Turquía es uno de los pocos países que cubre toda la cadena de valor del sector textil y de la confección. Como uno de los actores más importantes del mercado textil mundial, Turquía alberga alrededor de 20.000 empresas con 1,1 millones de empleados.

La próxima edición de este certamen, que contará también con los principales fabricantes de hilatura, tendrá lugar del 6 al 8 de marzo de 2024.

Techtextil y Texprocess convocan una nueva edición de sus Premios a la Innovación 2024



Los Techtextil y Texprocess Innovation Awards 2024 esperan volver a descubrir los productos y procesos más novedosos y tecnológicamente más sofisticados del sector y que se darán a conocer con motivo de la próxima edición de estos salones, en Frankfurt, del 23 al 26 de abril

de 2024.

Sabine Scharrer, directora de Techtextil y Texprocess, declara al respecto que "estamos orgullosos de presentar una vez más las últimas innovaciones del sector. Para nuestros visitantes, los Techtextil y Texprocess Innovation Awards 2024 son un momento realmente esperado. Cada dos años, estas innovaciones ofrecen una perfecta demostración de la dirección que está tomando el futuro de la industria, en campos de desarrollo como la eficiencia, los materiales ultranuevos, los recubrimientos y la sostenibilidad, entre otros".

La fecha límite para todas las inscripciones a los Premios a la Innovación Techtextil y Texprocess 2024 es el próximo 15 de diciembre de 2023. Los premios están abiertos a todas las empresas, institutos, universidades, politécnicos y particulares, independientemente de que sean, o no, expositores de Techtextil o Texprocess en 2024.

Los desarrollos presentados deben haber estado en el mercado durante un máximo de dos años, o poco antes de su lanzamiento al mercado.

Desde mediados de diciembre de 2023, dos jurados de expertos internacionales con experiencia examinarán minuciosamente los proyectos presentados y los evaluarán en términos de criterios como novedad, relevancia económica, potencial y creatividad.

Finalmente, los proyectos ganadores serán presentados en una ceremonia especial durante el primer día de la feria, el 23 de abril de 2024 en Frankfurt.

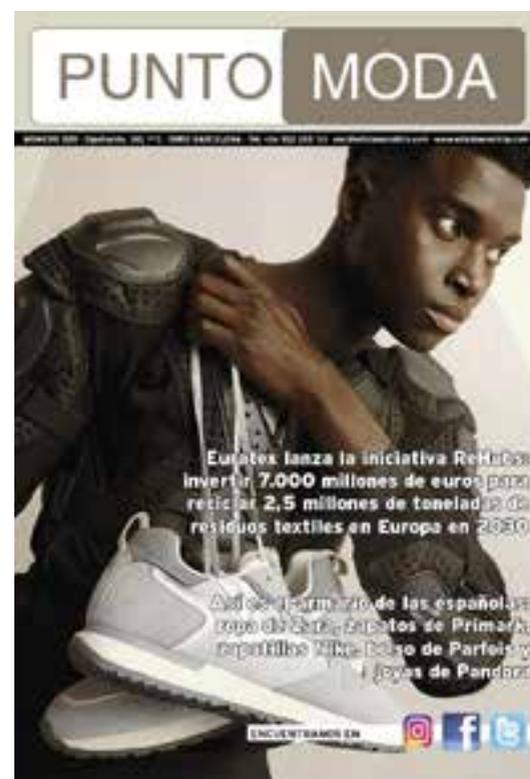
Las empresas, institutos, universidades y/o profesionales que deseen participar en los Premios a la Innovación Techtextil 2024 pueden enviar sus inscripciones a: <https://www.techtextilaward.com/>

Istanbul Fashion Connection volverá del 7 al 10 de febrero de 2024 avalada por sus buenos resultados

La organización del evento ha avanzado ya las fechas de la quinta edición de este certamen, que del 9 al 11 de agosto ofreció la oferta de más de 400 expositores en el Centro de Exposiciones de Estambul, ocupando una superficie de 35.000 m².

La cuarta edición cerró con un balance más que positivo: más de 20.000 visitantes procedentes de 125 países, lo que representa un aumento total de visitantes del 30% respecto a la edición de agosto del año pasado.

A destacar que el número de visitantes internacionales se duplicó hasta alcanzar los 5.600 profesionales.



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:

