



# PRENSAPIEL



REVISTA PROFESIONAL DEL SECTOR DE LA PIEL

NÚMERO 294 · NOVIEMBRE 2023 · 18 Euros · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · [prensapiel@prensapiel.com](mailto:prensapiel@prensapiel.com) · [www.prensapiel.com](http://www.prensapiel.com)





# 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.





**NUESTRA PORTADA:**  
SIMORRA

**PRENSAPIEL**

Director:

José Antonio Blanco  
joseantonio.blanco@edicionessibila.com

Redacción:

José Antonio Blanco - Elena Sisó

Departamento Comercial:

essl@edicionessibila.com

Administración y Suscripciones:

essl@prensapiel.com

Edita:

Edicions Sibil-la, S.L.  
Diputación, 180, 1º C  
08011 - Barcelona  
Tel. +34 932 265 151  
essl@edicionessibila.com  
www.edicionessibila.com



**PUNTO MODA**

**tym**  
textil y moda

D.L. B-14.183-92  
ISSN 2564-9000

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

Actualidad

## La Federación de Industrias del Calzado Español (FICE) se muestra contraria a la propuesta de la reducción del horario laboral

*La presidenta de FICE, Rosana Perán expone sus razones en un video difundido en LinkedIn por la Asociación Valenciana de Empresarios del Calzado (Avecal).*

La presidenta de FICE, Rosana Perán expone en primera persona en un video difundido en la red de profesionales LinkedIn por la Asociación Valenciana de Empresarios del Calzado (Avecal) los motivos y razones por los cuales, en su opinión, "las empresas no pueden asumir una reducción del horario laboral".

Tales declaraciones se producen después del acuerdo de gobierno alcanzado esta semana entre el PSOE y Sumar y que establece la reducción de la jornada laboral máxima legal sin reducción salarial para establecerla en 37 horas y media semanales.

Al respecto, Rosana Perán, sostiene que "las empresas del sector del calzado han perdido competitividad como consecuencia del incremento de la energía, de los transportes, de las materias primas y el aumento de los costes de la financiación", a lo que hay que sumar los efectos negativos de la "ralentización de las ventas de calzado por la pérdida del poder adquisitivo". Por ello, concluye, "con este panorama las empresas no pueden asumir una reducción del horario laboral".

## Zara lidera el ranking de las marcas de moda más buscadas online

*Informe Digital del Sector Moda de Good Rebels y la Asociación de Marketing de España.*

Zara es la marca de moda que encabeza el ranking de búsquedas online dentro de las principales categorías de prendas, con 394.480 búsquedas mensuales, lo que representa casi cuatro veces la cantidad de búsquedas en comparación con la marca que ocupa el segundo lugar en el ranking. Tras Zara, encontramos a Nike, Adidas y North Face respectivamente, lo que confirma la fuerte presencia de las marcas deportivas en el ámbito de la moda.

## El comercio electrónico superó en España los 19.000 millones de euros en el primer trimestre de 2023, un 22,7% más que el año anterior

*Los artículos de moda representaron el tercer sector de actividad en ingresos, con el 6,2%, detrás de las agencias de viajes y operadores turísticos, con el 9,4% de la facturación total; y el transporte aéreo, con el 6,4%.*

La facturación del comercio electrónico en España aumentó en el primer trimestre de 2023 un 22,7% interanual hasta alcanzar los 19.175 millones de euros, según los últimos datos de comercio electrónico disponibles en el portal CNMCDATA.

Los sectores de actividad con mayores ingresos fueron las agencias de viajes y operadores turísticos, con el 9,4% de la facturación total; el transporte aéreo, con el 6,4% y las prendas de vestir, en tercer lugar, con el 6,2%.

Si nos fijamos en el número de transacciones, en el primer trimestre de 2023 se registraron más de 363 millones de transacciones, un 16,1% más. Los juegos de azar y apuestas lideraron el ranking por compraventas (7,2%).

En cuanto a la segmentación geográfica, el 43,6% de los ingresos en el primer trimestre de 2023 tuvieron como destino España. El 56,3% restante fue para compras con origen en España hechas en el exterior.

## 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.

Distribución

## La nueva colección de zapatos de Dulceida x Krack (que será muy viral este otoño)

*La influencer y la firma de calzado gallega vuelven a aliarse dando forma a una colección de calzado de edición limitada.*



Dulceida se alía por sexta vez con Krack (firma con la que, además, lleva colaborando más de una década), diseñando la colección de zapatos más impresionante de la temporada. Esta vez, Aída Domenech ha querido inspirarse en el ritmo frenético de su día a día, donde no faltan los viajes, los vuelos largos, los shootings y los rodajes, en una colección llamada JET LAG. Dulceida se inspira así en su propia vida, que a veces le lleva a cambiarse de zapatos varias veces en un día para momentos tan diferentes como un desfile de moda, un evento o una fiesta de noche.

## Besson aterrizaja con su primera tienda de calzado en el País Vasco

*La cadena multimarca francesa Besson refuerza su expansión.*



Con cerca de 700 m<sup>2</sup> y un total de 6 empleados, la tienda contará con famosas marcas nacionales e internacionales, así como con alrededor de 2.500 modelos de calzado de caballero, mujer y niños, además de una enorme colección de bolsos y artículos específicos.

## El Corte Inglés lanza el nuevo concepto de boutique de relojes de lujo de TimeVallée en Madrid

*Este espacio permanente de más de 200 m<sup>2</sup> reúne a marcas de relojes de renombre.*



La colaboración entre TimeVallée y El Corte Inglés comenzó en 2019, dando lugar al espacio ubicado en El Corte Inglés Diagonal en Barcelona. Esta fructífera colaboración se deriva de las sinergias entre el reconocido servicio al cliente de El Corte Inglés y el compromiso de TimeVallée de mostrar la excelencia durante la experiencia de compra en los principales grandes almacenes de destinos en Europa.

# sontress jeggings

naturalmente



**Con el nuevo modelo de mallas Sontress Jeans Blue Cooper puedes seguir disfrutando de tus leggings técnicos en el gimnasio, en tus entrenamientos o en tu actividad física habitual... pero también lucir tus vaqueros ajustados en tu día a día: para ir a estudiar, a trabajar o en tus momentos de ocio...**

**Nunca antes Sontress se había movido tanto contigo, a tu ritmo.**

**Siente la libertad del denim y sus valores de libertad, igualdad, solidaridad y juventud (a cualquier edad).**

**SIEMPRE  
GUAPA**

**SIEMPRE ACTIVA**

**SIEMPRE SANA**

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

## Pretty Ballerinas renueva Passeig de Gracia y relanza la marca a nivel internacional

Tras la apertura en la calle Ayala de Madrid, la marca del Grupo Mascaró presenta su nueva imagen en la icónica flagship de la ciudad condal.



Pretty Ballerinas ha elegido su emblemática tienda del número 106 de Passeig de Gràcia para presentar su nueva imagen y relanzar la marca en Barcelona. Una estrategia de rebranding que comenzó en julio con la apertura en la calle de Ayala de Madrid de un nuevo espacio dónde se presentó el renovado concept store.

## El centro comercial Splau da la bienvenida a la cadena de calzado multimarca Alpasso

La nueva marca del grupo Merkal, creada en mayo de 2023, ofrece las firmas más populares del sector.



Alpasso, la nueva cadena de calzado multimarca del grupo Merkal, ha abierto sus puertas recientemente en el centro comercial Splau, de Cornellà de Llobregat. Se trata de un establecimiento de 204 m2 ubicado en la planta baja del centro.

En la nueva tienda, los visitantes pueden encontrar algunas de las marcas más reconocidas del sector, como Geox, Fluchos, Skechers o Luisetti, además de Comfeet, marca propia del grupo, que mezcla tecnología y calidad a precios competitivos.

## Jimmy Choo inaugura un exclusivo pop-up en París diseñado por Crosby Studios

La marca global de lujo Jimmy Choo se asocia con el estudio internacional de arquitectura y diseño de interiores Crosby Studios para crear una tienda pop-up en París, ubicada en la Avenue Montaigne 34.



Harry Nuriev, fundador y director creativo de Crosby Studios, ha transformado la icónica caja de zapatos color ostra de Jimmy Choo en un espacio abovedado que da la Vuelta al concepto tradicional de boutique de lujo. Destacando en primer plano el almacén, Jimmy Choo invita a sus clientes a adentrarse en el funcionamiento interno de la marca.

## Nike Well Collective abre sus puertas en La Vaguada

Nike Well Collective La Vaguada, operada por Percassi, es la última incorporación a la flota de tiendas de Nike en EMEA (Europa, Oriente Medio y África).



Las tiendas Nike Well Collective se diseñan inspirándose en las inquietudes de nuestros clientes y reflejan el compromiso de Nike de celebrar todos los tipos de cuerpo y las formas de moverse, desde los deportes tradicionales como el running a actividades como el baile, yoga, andar o los estiramientos.



## ¿Qué es Furmark®?

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

## ¿Por qué piel natural?

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



## La nueva colección de bolsos de la marca de Barcelona Sur Sac es sinónimo de lujo silencioso

*La nueva colección de la marca de accesorios de Barcelona SURSAC se inspira en la geometría, en las esculturas de Chillida, Oteiza o Richard Serra.*



Una colección en la que encontraremos colores del otoño mezclados con tonos empolvados como los celestes o los rosados y en la que la funcionalidad se mezcla con la sencillez enmarcada en un diseño contemporáneo que aspira a perdurar en el tiempo.

## Canussa, la firma de 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.*



Desde la adopción de materiales reciclados y sostenibles hasta la incorporación de tecnología de vanguardia, la industria de la moda ha abrazado un enfoque más inteligente y responsable para la creación de accesorios. Bajo este pretexto nació Canussa, fundada por María Cano en 2017, la firma de bolsos hecha en España que une funcionalidad y diseño creando piezas únicas con materiales innovadores.

## CNNCT de Eastpak: colección de mochilas y equipaje



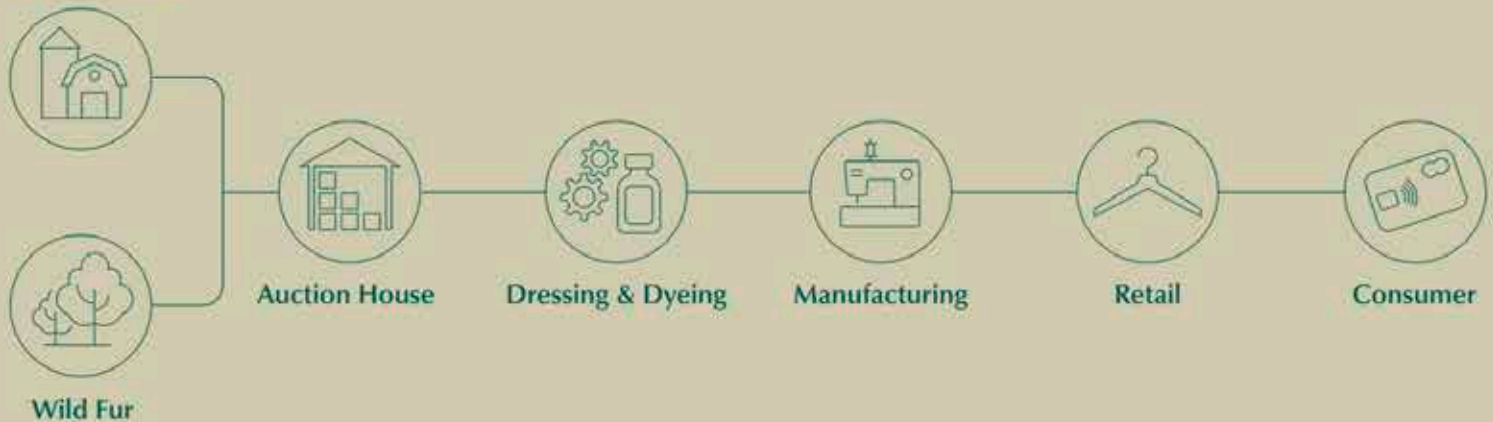
Desde las mochilas Tecum, pensadas para la tecnología, hasta la mochila de oficina CNNCT que se transforma en un espacio de trabajo móvil. Una colección de diseños funcionales en sofisticados colores.



# ¿Cómo funciona la certificación Furmark®?

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

Farm-raised Fur



## ¿Cómo puedo rastrear una prenda certificada como Furmark®?

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

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

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

[furmark.com](http://furmark.com)



## Longchamp x Robert Indiana: cuando un arte icónico se une a un bolso querido en todo el mundo

Longchamp se complace en presentar Longchamp x Robert Indiana, un homenaje al artista estadounidense donde se presenta el arte evocador de Indiana LOVE, sobre el emblemático bolso Le Pliage®.



Esta colección es una celebración de los valores compartidos basados en la sencillez gráfica, el diseño innovador y colores optimistas. La colección combina el aspecto emocional del mensaje universal de Indiana con el atractivo de Le Pliage® de Longchamp.

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



BRAVE adquiere forma de joya a través de cadenas y eslabones, símbolos que evocan la ruptura con las expectativas o con lo establecido, en aras de encontrar lo que uno desea. Por tanto, el resultado son joyas que hacen alusión a la ruptura a través de esos símbolos, en favor de la libertad y la fortaleza de ser lo que uno desea, con las que nos sentiremos impulsadas a llevar a cabo con determinación todo lo que nos propongamos.

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

*Y es que, 10 años después, Mona Moon sigue echando raíces. La raíces del crecimiento pueden ser muy amargas, pero con tiempo, delicadeza y cuidado pueden dar frutos muy dulces.*



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.

Una vuelta a sus raíces que comparte con todos.

## Aristocrazy dirige su mirada al pasado más opulento con Maharaja

*El equilibrio entre la herencia joyera más opulenta y revalorizada por el tiempo y los libérrimos códigos estéticos de la presente alumbró una colección de edición limitada destinada a convertirse en un hito de la historia de Aristocrazy.*



La nueva colección Maharaja pretende involucrar a todos nuestros sentidos y también hacernos viajar al futuro, permitiéndonos expresarnos libremente a través de sus singulares formas, llenas de belleza y simbolismo.

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, resting on a light-colored stone surface. A small, light-colored label with the word 'PRIVATA' is visible on the right side of his sweater. In the top right corner, there is a blue graphic element with the word 'PRIVATA' in white, stylized capital letters.

**PRIVATA**

**WWW.PRIVATA.COM**

## Suma Cruz presenta su nueva colección cápsula 'Metrópolis': joyería artesanal que captura la esencia vibrante de una ciudad llena de sueños

Suma Cruz, la firma de joyería artesanal, lanza su última creación: "Metrópolis": cadenas y perlas se fusionan en joyas que cuentan una historia de elegancia y magnetismo.



Inspirada en la historia de una geisha que emanaba un don ancestral, una conexión con los misterios de otras ciudades y otras épocas. Su sonrisa, a punto de explotar, como un hechizo tejido con hilos de oro y perlas, tenía el poder de transformar la teatralidad de la ciudad.

## Carrera y Carrera, a la conquista del mercado internacional

Las ferias internacionales de Vicenza y Hong Kong han acogido la presentación de las colecciones de la reconocida marca.



Este año, la firma española ha conseguido estar presente en las ferias internacionales de joyería más relevantes del panorama actual. Durante septiembre, ha expuesto sus icónicas colecciones de joyas como Vicenzaoro, celebrada en Vicenza, Italia, y Jewellery & Gem Fair, que tiene lugar anualmente en Hong Kong, China.

## TOUS sigue apostando por la innovación en la experiencia de marca

La firma joyera ha creado una experiencia inmersiva en la que el cliente se adentra en un show room virtual de su última colección, TOUS MANIFESTO.



TOUS sigue apostando por la innovación en la experiencia de marca con un show room virtual. Así, los clientes podrán acceder a TOUS MANIFESTO, la más reciente propuesta creativa de la firma joyera, de una manera única.

La experiencia estará disponible en exclusiva, este mes de octubre, en la flagship de Gran Vía en Madrid y viajará por otras tiendas españolas. Además, es accesible a través de la home de la web y de la aplicación Meta Quest 2.

## Cadenas y eslabones por WEMPE

La firma alemana Wempe cuenta con diseños en varias de sus colecciones que tienen como protagonista los eslabones.



Como por arte de magia, las cadenas gruesas convierten la indumentaria más sencilla en «looks» fabulosos que no pasan desapercibidos.

Por el contrario, las cadenas sencillas y finas equilibran el look dinamizándolo con un toque de brillo y luz.



# ESPECIALISTAS EN ZAPATILLAS URBANAS



**Foot on Mars**  
sneaker store



@FootOnMars



www.footonmars.com

## La nueva Learning Factory de Elche comenzará a trabajar por "dos sectores punteros como son la industria de la automoción y del calzado"

*El Consell apuesta por aunar digitalización, innovación y formación en la Learning Factory de Elche.*



La consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo de la Generalitat Valenciana, Nuria Montes, ha asegurado que "el camino más rápido para que nuestras empresas puedan ser más productivas y competir en mercados globales pasa por la digitalización, la inversión en innovación y la formación", a lo que ha añadido, "y en la Learning Factory de Elche se van a aunar todos esos factores, lo que permitirá a la provincia de Alicante convertirse en el motor de la formación innovadora adaptada a las necesidades de la industria de la Comunitat Valenciana".

Así se ha manifestado la consellera Montes tras recibir el documento final de la conceptualización y diseño del antiguo edificio de Correos de Elche, que permitirá crear un puente entre la formación en nuevas tecnologías y la transferencia de ese conocimiento al tejido productivo.

"Es fundamental fomentar el talento en nuestro territorio y promover la formación de capital humano adaptado a aquello que demandan nuestras empresas, nuestro compromiso es preservar nuestra rica tradición industrial e impulsar la industria como motor del crecimiento económico de la Comunitat Valenciana", ha defendido Nuria Montes.

### Sectores punteros: automoción y calzado

En el estudio que ha presentado la empresa adjudicataria del contrato, después de hacer un análisis pormenorizado del ecosistema productivo de la Comunitat Valenciana, del sector industrial y de la oferta formativa, recomienda empezar a trabajar por dos sectores punteros en nuestro territorio, como son la industria de la automoción y del calzado.

En concreto, la propuesta se centra en impulsar el sector del Power Train, que tiene que ver con el conjunto de componentes que generan energía en un vehículo y con la fabricación inteligente de un calzado personalizado.

Además de estas dos industrias seleccionados en una primera fase, la idea es ir incluyendo otros sectores como por ejemplo el aeroespacial, de gran relevancia en la ciudad de Elche, y el resto de sectores analizados en el estudio.

## Avecal desarrolla un plan para la innovación del calzado financiado por la Conselleria de Economía Sostenible

*El plan pone el foco especialmente en el punto que encuentran actualmente las empresas de la industria del calzado a la hora incorporar a nuevos trabajadores y mantener los actuales.*



La Asociación Valenciana de Empresarios del Calzado (Avecal) ha desarrollado el 'Plan disruptivo para innovar la industria del calzado valenciano' para abordar cinco áreas del sector, que se estructuran en innovación, industria 4.0, internacionalización y cadena de valor, formación y talento, así como cooperación. El plan ha sido financiado por la Conselleria de Economía Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball a través de la convocatoria de subvenciones para planes integrales que impulsan la competitividad industrial sostenible, desarrollados por asociaciones empresariales sectoriales.

Dentro de los ámbitos contemplados en este plan de actuación, se ha puesto el foco especialmente en el punto que se centra en la formación y el talento para hacer frente a las dificultades que encuentran actualmente las empresas de la industria del calzado a la hora incorporar a nuevos trabajadores, así como de mantener el personal en la plantilla. "El relevo generacional del talento supone todo un reto al que debemos dar solución cuanto antes para preservar la actividad y la competitividad del sector del calzado", ha aclarado la presidenta de Avecal, Marián Cano.

El plan ha incluido la realización de una iniciativa específica de promoción de la FP Industrial que buscaba sensibilizar sobre las posibilidades de empleabilidad y oportunidades de empleo que ofrece esta industria. La acción se ha denominado 'Empléate en el calzado' y ha perseguido como objetivo fundamental tratar de incrementar las cifras de contrataciones en el sector.

Durante este proyecto se han dinamizado varias reuniones con empresas, representantes de formación en la industria del calzado y orientadores de FP, vinculados a las familias del calzado y afines, para incentivar la empleabilidad en el sector. Estos encuentros han tenido como fin definir contenidos didácticos e integrarlos en los centros formativos, así como elaborar un catálogo orientativo para mejorar la empleabilidad en el sector del calzado.

Como cierre del proyecto general, se ha detectado la necesidad de potenciar en las empresas del calzado factores relacionados con la transformación tecnológica, el empleo de materiales sostenibles, el ecodiseño y economía circular, e incluso la internacionalización y responsabilidad social corporativa.

Calzado

## Idelsa y Avecal ofrecen un curso para conectar con la 'generación Z' e incorporarles al sector del calzado

*La formación se desarrollará en el mes de noviembre en la escuela 3D Soul School.*



La concejala de Fomento Económico, Industria y Empleo, Elizabeth Belda, ha presentado un nuevo curso formativo que bajo el título 'Curso para CEOs del sector del calzado', que ha sido promovido por Idelsa y Avecal. La formación será impartida por 3D Soul School, un centro de formación eldense especializado en artes digitales y diseño 3D.

El curso se desarrollará los días 3, 10, 17 y 24 de noviembre, de 9.00 a 12.00 horas, y se llevará a cabo en las instalaciones de 3D Soul School, situadas en la calle Ramón Gorgé, 14.

La edil, que ha estado acompañada por la responsable de Formación y RRHH de Avecal, Mari Ángeles López, y el director de 3D Soul School, Miguel Davia, ha destacado el interés de este curso para el sector del calzado y también la importancia de contar en Elda con un centro formativo como 3D Soul School "porque a nivel nacional hay muy pocas escuelas como ésta, especializada en diseño 3D y videojuegos, por lo que es un auténtico privilegio".

Miguel Davia ha explicado que "el curso nace de la necesidad de dar a conocer a los jóvenes que las necesidades a nivel laboral difieren de lo que la propia empresa piensa. Con este curso queremos enganchar a la 'generación Z' con nuestra industria, explicando a los empresarios como son los chicos y chicas nacidos a finales de los años noventa y principios de este siglo, qué les motiva y qué les mueve".

El director de 3D Soul School ha destacado que "los empresarios necesitan saber que es muy importante la digitalización porque estos jóvenes han nacido en un entorno digital. Y hay que captarlos y reternerlos porque son los que atesoran el talento".

Por último, Mari Ángeles López ha agradecido el apoyo del Ayuntamiento de Elda e Idelsa en el desarrollo de este nuevo curso de formación, que va a permitir "reforzar, ampliar y perfeccionar los conocimientos que disponen los profesionales del sector del calzado sobre digitalización y tecnologías disruptivas para aplicarlos en sus estrategias de dirección, marca y comercialización".

"La digitalización es fundamental para garantizar la competitividad y evolución futura de esta industria, en la que además la captación de nuevo talento desempeña un papel determinante", ha recordado López.

## El Ayuntamiento de Elda y Avecal renuevan su colaboración para impulsar la formación de los eldenses en el calzado

*El acuerdo tiene como fin fundamental potenciar la formación de los trabajadores eldenses que desempeñan su labor dentro del sector del calzado, así como promover la sostenibilidad de las empresas de esta industria.*



La firma del convenio de colaboración se realizó en el marco de la celebración de la feria MICAM, informan fuentes de Avecal, certamen que se llevó a cabo en Milán del 17 al 20 de septiembre. El acto de la firma contó con la presencia de la presidenta de Avecal, Marián Cano, y el alcalde de Elda, Rubén Alfaro. El acuerdo contempla una dotación económica que asciende a 12.000 euros.

La presidenta de Avecal ha destacado que "estamos muy satisfechos con la firma de este convenio, porque para Avecal es muy importante contar con el apoyo que nos presta el Ayuntamiento de Elda, tanto para emprender acciones de marketing como proyectos innovadores. "Este convenio nos permitirá organizar unas mesas en las que analizaremos cómo aproximarnos a una formación que sea eminentemente práctica y en las instalaciones de las propias empresas", ha adelantado Cano.

Por su parte, el alcalde de Elda ha señalado que "desde el Ayuntamiento de Elda mantenemos nuestro apoyo al sector zapatero de nuestra ciudad para hacer frente a problemas como son la falta de mano de obra cualificada y las trabas administrativas y burocráticas". En este sentido, ha concretado que "este apoyo, se concreta, por un lado, en los acuerdos formativos que tenemos desde hace varios años con Avecal y, por otro lado, en la línea de asesoramiento que ofrecemos a las empresas a través de Idelsa".

"A todo ello hay que añadir el convenio que hemos suscrito con Avecal, que firmamos el año pasado por primera vez. Este convenio permite, entre otras cosas, profundizar en los servicios que ofrecemos a nuestros empresarios sobre formación, ajustando la oferta formativa de la FP en Elda a lo que necesitan las empresas de nuestra ciudad", ha concretado el primer edil.

Calzado

**New Woman Collection AW'23/24, ni un paso en falso con las nuevas sneakers Abbacino**



El complemento perfecto para estrenar este otoño con comodidad, mucho estilo y pisando fuerte.

**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.

**Doja Cat reinventa las icónicas D'lites en su primera colección de zapatillas para Skechers**



La superestrella mundial Doja Cat, primera artista residente de Skechers -la pasada primavera protagonizó su campaña de debut con la firma promocionando las Skechers UNO- no solo ha publicado un nuevo álbum, acompañado de su correspondiente gira, sino que también tiene lista su primera colección de zapatillas en colaboración con la marca de calzado afincada en Los Ángeles.

**Te presentamos la nueva colección Nordic de D.Franklin**



Nordic se inspira en el fenómeno après-ski para traerte una pieza concebida para los días más fríos.

Exprésate con Nordic de D.Franklin libremente y sin límites.

**Jimmy Choo desvela su nueva colaboración con Jean Paul Gaultier**



Nueva colección cápsula colaborativa de calzado Jimmy Choo / Jean Paul Gaultier. Una conversación creativa entre ambas firmas de moda cuyos legados paralelos abarcan mezclas culturales polifacéticas, el amor por la artesanía y una ideología idiosincrásica de glamurosa rebeldía.



STEPPING STRONG  
**STAMP**



WWW.MYSTAMPBAG.COM

## Giambattista Valli elige Barcelona Bridal Fashion Week 2024 para impulsar su línea nupcial

*Giambattista Valli presentará por primera vez en un desfile su colección de vestidos de novia, y para ello ha elegido Barcelona Bridal Fashion Week. Su maison es una de las favoritas de las estrellas de las alfombras rojas internacionales y Valli ha recibido la insignia de Chevalier de l'Ordre des Arts et des Lettres, uno de los más altos honores que otorga la República Francesa.*



El desfile avanzará las creaciones de su tercera "Love Collection" 2025 así como de algunos de los principales diseños de la firma. Tendrá lugar en el marco de la Barcelona Bridal Night, la noche de gala del salón, que se celebrará el próximo 17 de abril de 2024 en un lugar emblemático de la ciudad.

En las dos recientes ediciones, esta velada especial ha acogido los desfiles de otras marcas de prestigio internacional, como Elie Saab o Viktor&Rolf, que mostraron sus colecciones a los compradores, profesionales de la industria de la moda, influencers, celebridades y medios de comunicación, reunidos en Barcelona con ocasión del evento.

Según Giambattista Valli "Barcelona es la capital mundial de la moda nupcial y celebrar un desfile aquí es la evolución natural de mi Love Collection, y me dará la oportunidad de narrar mejor mi visión en el mejor escenario posible".

Por su parte, Albasarí Caro, directora de BFW, afirma: "es un gran privilegio contar con una de las firmas más amadas de la alta costura y de la moda internacional. Su participación posiciona a Barcelona estratégicamente como un destino para marcas de alta costura más allá de París".

### El más francés de los diseñadores italianos

Giambattista Valli, calificado en algunos medios como "el más francés de los diseñadores italianos", es uno de los pocos diseñadores no franceses a los que se les ha concedido ser miembro de la Chambre Syndicale de la Haute Couture, entrando así en 2011 en el exclusivo mundo de las firmas consideradas de alta costura. Entre los muchos reconocimientos internacionales, en 2017 fue nombrado Chevalier de l'Ordre des Arts et des Lettres, uno de los más altos honores que pueden otorgar la República Francesa, galardón que le fue entregado el mes pasado en una ceremonia en París.

Tras diseñar y realizar el vestido de novia para algunas de sus clientas más especiales, como Charlotte Casiraghi con ocasión de su boda religiosa, estrenó su línea bridal en 2021, denominada "Love Collection", que refleja el ADN delicadamente romántico, femenino y a la vez innovador que caracteriza su firma, hasta convertirla en una de las más reconocibles y admiradas del panorama internacional.

## Simac Tanning Tech cierra con 6.500 visitantes profesionales

*El 40% de los mismos era de procedencia internacional, informan fuentes de la organización del certamen*



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 presencia internacional de visitantes y la atención de los productores de tecnología hacia la organización de los procesos y la digitalización - afirma con orgullo la presidenta de Simac Tanning Tech, Maria Vittoria Brustia - confirman un cambio de ritmo significativo hacia una transición sostenible. Estamos seguros de que este camino compartido por todos los operadores del sector pronto generará resultados satisfactorios. Además, quiero aprovechar esta oportunidad para agradecer a ITA-Agenzia, que nos ha permitido reforzar el programa de recepción de visitantes y delegaciones del exterior".

Gracias a la colaboración consolidada con ITA-Agenzia, la feria Simac Tanning Tech contó con la presencia de 18 delegaciones internacionales de Argentina, Brasil, Colombia, Etiopía, India, Indonesia, Inglaterra, Irán, México, Pakistán, Paraguay, Polonia, Rumania, Sudáfrica, Túnez, Turquía, Uzbekistán y Vietnam con alrededor de 100 compradores, delegados institucionales y prensa extranjera, una parte importante de la cual también estuvo presente en el XXI Congreso Internacional de Técnicos de Calzado UITIC, celebrado del 19 al 22 de septiembre entre Milán y Vigevano.

Simac Tanning Tech reiteró el valor de la sinergia expositiva con Lineapelle (la feria más importante reservada a la cadena mundial de suministro de moda, lujo y diseño), realizada en conjunto con Fiera Milano Rho.

La próxima edición de Simac Tanning Tech tendrá lugar del 17 al 19 de septiembre de 2024, nuevamente en los espacios de Fiera Milano Rho.

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

*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 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/>

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

*La última edición de TEXHIBITION Istanbul Fabric, Yarn and Textile Accessories Fair ha registrado más de 20.000 visitantes profesionales.*

La cuarta edición de Texhibition Istanbul Fabrics, Yarn and Textile Accesories 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 Accesories 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.

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.

## IFCO volverá del 7 al 10 de febrero de 2024

*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.*

Tras los buenos resultados obtenidos en su cuarta edición, Istanbul Fashion Connection (IFCO) continúa con paso firme como centro de exposiciones global para el negocio internacional de la moda. Con un aumento considerable del número de expositores y del área de exposición (120%) y del 30% de visitantes, la organización del evento exhibe músculo señalando especialmente el incremento del 140% en el caso de los profesionales internacionales.

Entre los compradores internacionales, IFCO destaca los procedentes de Alemania, Israel, países latinoamericanos, Malasia, Sudáfrica, el Reino Unido, Estados Unidos, Emiratos Árabes Unidos, etc.

Mustafa Pasahan, vicepresidente de IHKIB, señala al respecto que “como tercer mayor proveedor de prendas de vestir de la UE, Turquía obtiene una puntuación alta en plazos de entrega cortos, altas calidades de producción, una mano de obra joven y bien formada, la posibilidad de comandar pequeñas cantidades mínimas de pedido, y un sector textil y de confección vertical cuya industria permite ‘comprar en un solo lugar’”.

Todo ello, añade, con una industria que ha realizado “grandes inversiones en el desarrollo de una producción sostenible y una economía circular para seguir posicionando a Turquía de forma competitiva”.

# 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:

