

PUNTO MODA

NÚMERO 352 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

**Vytrus Biotech primer
premio de sostenibilidad
e innovación en los
Premios Empresariales
AITEK 2023**

**Nace en Girona FYOB, una
marca de ropa sostenible
con contribución social**

ENCUENTRANOS EN



FUTURMODA

FASHION TREND SELECTION THE BEST FOR SHOES & BAGS



IFA - ELCHE - ALICANTE - SPAIN

51 *Edition*

13 / 14
MARCH

2024

SPECIAL
MACHINERY 

ASOCIACION ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO



INTERNATIONAL FAIR OF LEATHER, COMPONENTS AND
MACHINERY FOR FOOTWEAR AND LEATHERGOODS

SPRINGSUMMER 25

WWW.FUTURMODA.ES

**Nuestra Portada:**

Elena Moore

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

José Antonio Blanco - Elena Sisó

Departamento Comercial:

essl@edicionessibila.com

Administración:

essl@edicionessibila.com

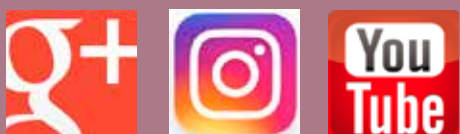
Edita:Edicions Sibil-la, S.L.
Diputació, 180, 1C - 08011 Barcelona
Tel. +34 932 265 151
essl@edicionessibila.com
www.edicionessibila.com

ISSN 2564-8993

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



PUNTO MODA

textil y moda


Acuerdo provisional en Bruselas relativo al Reglamento sobre Diseño Ecológico, informa la Confederación de la Industria Textil (Texfor)

El Consejo Europeo y el Parlamento han alcanzado un acuerdo político provisional sobre la propuesta de Reglamento por el que se instaura un marco para el establecimiento de requisitos de diseño ecológico para productos sostenibles. El nuevo Reglamento sustituye a la Directiva de 2009 vigente y amplía el ámbito de aplicación de la legislación en vigor (hasta ahora limitada a los productos relacionados con la energía) para establecer los requisitos de rendimiento e información para todo tipo de bienes introducidos en el mercado de la UE.

Según explica la web oficial del Consejo de la Unión Europea, informan fuentes de TEXFOR, el acuerdo provisional enmarca el ámbito de aplicación del Reglamento, faculta a la Comisión para establecer, cuando sea necesario, las condiciones para la destrucción de los bienes no vendidos y aclara varias disposiciones del Reglamento en los ámbitos de las sanciones y los mercados en línea.

Los requisitos ecológicos y el pasaporte digital

La información publicada por el Consejo europeo explica que el Reglamento sobre Diseño Ecológico sería aplicable a casi todas las categorías de productos (por ejemplo, lavavajillas, materiales textiles, cargadores de automóviles, etc.). Establece un marco armonizado para fijar los requisitos para grupos de productos específicos con objeto de hacerlos no solo eficientes desde el punto de vista energético y de los recursos (al igual que en la Directiva de 2009) sino también más duraderos, fiables, reutilizables, actualizables, reparables, reciclables y fáciles de mantener. La Comisión podrá proponer nuevos requisitos por medio de actos delegados cuando así lo exijan nuevos tipos de productos o tecnologías.

Asimismo, el Reglamento tiene por objeto facilitar la circulación de dichos productos en el mercado único. Un nuevo «pasaporte digital del producto» proporcionará información sobre la sostenibilidad medioambiental de los productos, ayudará a los consumidores y a las empresas a elegir con conocimiento de causa a la hora de comprar productos y ayudará a las autoridades públicas a mejorar la realización de comprobaciones y controles. La propuesta también establece disposiciones en materia de transparencia y prevención de la destrucción de productos de consumo no vendidos.

EURATEX

publica un documento de posición sobre el etiquetado de textiles



EURATEX mantiene que el Reglamento ha cumplido su propósito en general y ha cumplido sus objetivos generales, a saber, proporcionar información útil al consumidor sobre las propiedades de los productos textiles. Sin embargo, a la luz del progreso técnico, los cambios sociales y la evolución del marco regulador de los textiles tras la adopción de la estrategia de la UE para los textiles sostenibles, en opinión de la Confederación Europea de Confección y Textiles (EURATEX) es necesaria una revisión del Reglamento 1007/2011 para garantizar la coherencia normativa.

Teniendo en cuenta que la adopción de la estrategia textil generará 16 nuevas piezas de regulación aplicables a nuestro sector, la patronal europea del sector textil y de la confección cree que el alcance del Reglamento de Etiquetado debe centrarse en dos pilares principales: la composición de las fibras y la instrucción de cuidado.

Además, los elementos de la digitalización, la autenticidad del cuero y la piel deben considerarse como aspectos complementarios que, si se integran en el texto legal, deberían mejorar el rendimiento general de la regulación en el suministro de información al consumidor, opina la organización.

Por último, la revisión debe tener en cuenta que los textiles fabricados en la UE se venden tanto en el mercado de la UE como en el mercado extranjero. Por lo tanto, el reglamento revisado debe tener en cuenta los principales elementos de los requisitos de etiquetado de los principales mercados de destino de las exportaciones de la UE, en particular los EE. UU. y el Reino Unido.

Inditex celebra sus nuevos resultados consolidados durante los nueve primeros meses de 2023, con un nuevo récord histórico en beneficios

Los nueve primeros meses 2023: Fuerte desempeño operativo

En los 9M2023 Inditex continuó su fuerte desempeño operativo, apoyado en la creatividad de sus equipos y en la buena ejecución del modelo de negocio integrado de tienda y online.

Las colecciones de la campaña otoño/invierno fueron muy bien recibidas por los clientes. Las ventas crecieron un 11,1% con respecto a los 9M2022 y alcanzaron los 25.609 millones de euros, con una evolución muy satisfactoria tanto en tienda como online. Las ventas se han incrementado en todas las áreas geográficas y en todos los formatos. Las ventas a tipo de cambio constante han crecido un 14,9%.

En los 9M2023 se han realizado aperturas en 36 mercados. Al cierre del período, Inditex operaba 5.722 tiendas. El anexo I incluye las tiendas totales por formato.

La ejecución del modelo de negocio en los 9M2023 ha sido muy destacada. Adicionalmente la campaña otoño/invierno 2023 ha experimentado una normalización de las condiciones de la cadena de suministro y un tipo de cambio euro/dólar más favorable respecto a la misma campaña de 2022. El margen bruto creció un 12,3%, hasta 15.203 millones de euros y se situó en el 59,4% de las ventas (+67 puntos básicos frente a los 9M2022).

Todas las líneas de gasto han mostrado una evolución favorable. Los gastos operativos crecieron un 10,6%, por debajo del crecimiento de las ventas e incluyen todos los cargos por arrendamientos, 130

puntos básicos por debajo del crecimiento de las ventas.

El resultado operativo (EBITDA) creció un 13,9% y se situó en 7.429 millones de euros.

El EBIT creció un 24,3%, hasta 5.192 millones de euros, y el resultado antes de impuestos un 29,8%, alcanzando los 5.238 millones de euros. En los 9M2022, Inditex provisionó por 231 millones de euros en la línea de Otros Resultados los gastos estimados para el ejercicio 2022 en la Federación Rusa y Ucrania.

La tasa fiscal aplicada al resultado de los 9M2023 es la mejor estimación para el ejercicio 2023 según la información disponible.

El beneficio neto creció un 32,5%, alcanzando los 4.102 millones de euros.

En línea con la sólida ejecución del modelo de negocio Inditex ha experimentado una fuerte generación de fondos. La posición financiera neta creció un 15% sobre los 9M2022, hasta 11.480 millones de euros al cierre de los 9M2023. Inditex procedió al pago de 1.868 millones de euros (0,60 euros por acción) el 2 de noviembre de 2023 en concepto de dividendo final del ejercicio 2022.

Inicio del 4º Trimestre 2023

Las colecciones de la campaña otoño/invierno han sido muy bien recibidas por nuestros clientes. Las ventas en tienda y online a tipo de cambio constante entre el 1 de noviembre y el 11 de diciembre de 2023 han crecido un 14% con respecto al mismo periodo de 2022.

Mango avanza en sostenibilidad y usará por primera vez algodón regenerativo en producto a la venta en 2024



La compañía se alía con Materra, empresa británico-india especializada en diseñar soluciones para el cultivo y abastecimiento de algodón regenerativo, con el objetivo de incorporar por primera vez una fibra procedente de agricultura regenerativa en prendas

seleccionadas de su colección en 2024. El proyecto permitirá a Mango utilizar algodón cultivado con prácticas de agricultura sostenibles con un impacto medioambiental positivo para el territorio y la biodiversidad, así como contar con la trazabilidad completa de la cadena de valor de su algodón, desde la tierra hasta la prenda final.

Las fibras procedentes de agricultura regenerativa están llamadas a ser una opción relevante por su impacto positivo sobre el medioambiente para la reducción del cambio climático.

Born Living Yoga llega a Barcelona con su primera tienda en L'illa Diagonal



La marca madrileña Born Living Yoga, especializada en prendas para la práctica de yoga y otras disciplinas deportivas, ha inaugurado recientemente su primera tienda física en la ciudad de Barcelona, concretamente en L'illa Diagonal. Ubicada en la planta 0 del centro comercial, cuenta con 45 metros cuadrados de superficie y emplea a 4 personas. Ofrece una extensa oferta de prendas deportivas y complementos para hombre y mujer.



EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL SECTOR TEXTIL

Barcelona Textile Expo 2024

Exposición internacional de tejidos & telas

16 - 18 de enero de 2024, 10 AM-18 PM
Fira de Barcelona - Hall 2



TEXTILEXPO
BARCELONA



Para Obtener
Tu Entrada



Nace en Girona FYOB, una marca de ropa sostenible con contribución social



FYOB (Find Your Own Beauty) es un proyecto que quiere revolucionar el mundo de la moda con un enfoque ético y sostenible. Esta iniciativa, liderada por la gerundense Laura Pradas, alumna de la Universitat de Girona, representa una fusión perfecta entre la moda consciente y los valores ambientales. FYOB aspira a transformar la forma en que se percibe la moda, equilibrando el estilo con un compromiso firme hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social.

GUESS SS24 Collection



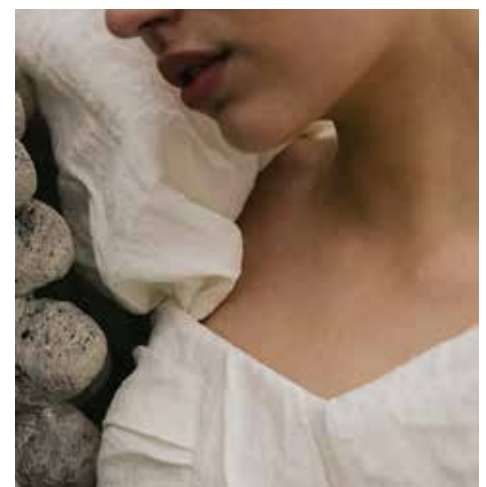
GUESS SS24 ya está aquí y con ella llega una emocionante temporada de nuevos estampados, materiales de lujo y detalles exquisitos.

Maximilian Davis recibe el premio al "Diseñador británico de moda femenina del año" en los Fashion Awards 2023



Maximilian Davis, Director Creativo de la marca italiana de lujo Ferragamo, ha sido galardonado con el premio al Diseñador Británico de Moda Femenina del Año en los Fashion Awards 2023.

Redondo Brand presenta su primera colección de NOVIA Prêt-à-porter: Redondo White



La firma española de moda Redondo Brand presenta su última propuesta: una emocionante colección de novia Pret-a-Porter diseñada para una novia contemporánea que busca mantener su esencia ecléctica y original en el día más especial de su vida.

MOMAD

En coincidencia con
intergift
bisutex
madridplata
y más



**Salón Internacional
de Moda, Calzado y Accesorios.**

**09-11
Feb**

2024

**Recinto Ferial
ifema.es**



La falsificación de cosméticos, un problema global y en auge impulsado por las redes sociales



SICPA dispone de herramientas para combatir los problemas a los que se enfrenta esta industria: falsificación, alteración de productos y fisuras en la cadena de suministro, devoluciones con fraude de garantía, terceros turnos de producción no autorizados, mercados paralelos,... protegiendo así tanto la reputación de las

marcas como la salud de los consumidores

Las incautaciones de productos falsificados de perfumería y cosméticos se duplicaron con creces a finales de la pasada década y, a día de hoy, siguen mostrando esa tendencia en una industria en pleno auge: el peso de la industria cosmética en todo el mundo ascendió a unos 380.200 millones de dólares en 2019 y se espera que crezca a 463.500 millones de dólares en 2024. Sólo en EEUU, principal mercado mundial para este tipo de productos, se alcanzaron en 2020 ventas récord por valor de 90.000 millones de dólares aproximadamente en 2020, y se espera que crezca alrededor del 7% anual durante los próximos años.

Sin embargo, según EUIPO (Oficina de la Propiedad Intelectual de la Unión Europea) la industria cosmética ya perdió cerca de 839 millones de euros antes de la pandemia del COVID, aumentándose exponencialmente tras la misma al potenciarse el teletrabajo y el estar más horas en casa, lo que fomenta el comercio electrónico.

Sólo en Estados Unidos, el mercado de falsificación de cosméticos asciende cada año a unos 75 millones de dólares, lo que representa aproximadamente el 8% de las ventas totales. En España, el sector cosmético y de artículos de cuidado personal es la tercera industria que más pérdidas económicas sufre por culpa de las falsificaciones y del comercio ilícito, solo por detrás del sector de la alimentación y el textil.

Estos escalofriantes datos no sólo reflejan un grave perjuicio económico, sino que también reflejan un gran peligro para la salud de los consumidores, ya que los productos falsificados son de baja calidad y no tienen ningún control sanitario, y para la imagen de las marcas, especialmente en los tiempos de las redes sociales.

Con el aumento de las ventas del comercio electrónico, las oportunidades de falsificación han aumentado proporcionalmente. Según datos recientes de Statista, el prestigioso portal alemán de estadísticas en línea, las ventas del comercio electrónico representarán el 8,6% de todas las ventas de cosméticos en 2024.

Sin embargo, son las redes sociales la que juegan un papel más importante en este cambio de hábitos a la hora de comprar cosméticos, gracias a los influencers y sus consejos y tutoriales de maquillaje. Con todos estos contenidos sobre belleza al alcance de la mano, los consumidores consideran innecesario visitar tiendas físicas para obtener asesoramiento personal -la fórmula que triunfaba en el pasado-. Cuando todo el mundo compraba en las tiendas, cualquier impresión negativa podía abordarse fácilmente en conversaciones cara a cara. Sin embargo, las marcas están ahora expuestas a las incontestables y virales malas reseñas de productos.

Pepe Jeans Fragrances: una nueva declaración de masculinidad



SoBold está lleno de carácter, siendo tanto tenaz como ligero, poderoso pero sutil. La salida de esta fragancia está protagonizada por un acorde de camiseta limpia reconfortante acompañado de refrescantes notas bergamota y mandarina. Una sensación de libertad y fuerza transmitida en un corazón aromático de hojas de violeta y salvia, atemperado por una lavanda moderna y discreta. Persiste una estela de notas de cuero blanco y tonka tostada, que envuelve su esencia de camiseta limpia con un final irresistible.

Vytrus Biotech primer premio de sostenibilidad e innovación en los Premios Empresariales AITEX 2023



Vytrus Biotech, la compañía especializada en ingredientes activos derivados de células madre vegetales para la industria cosmética, ha sido galardonada con el primer Premio Empresarial AITEX a la Sostenibilidad e Innovación en Cosmética.

La entrega de premios tuvo lugar el pasado 23 de noviembre durante la V edición de los Premios Empresariales organizados por el Centro de Investigación e Innovación AITEX, con la participación de más de 300 personas, incluyendo finalistas, empresarios y autoridades, contando con la presencia destacada del economista Pedro Videla.

apparelsourcing
PARIS

TEXWORLD
PARIS

TEXWORLD EVOLUTION
PARIS

**AHORA EN
PORTE DE
VERSAILLES
HALL 7**

05 – 07.02.2024
PARIS, FRANCIA



**Partner-up
para el
suministro
de la moda**

texworlddevolution-paris.com

Nueva colección baño crucero de Docor 2024



Las crucero o resort son colecciones especiales que en los años 20 pedían aquellas mujeres de alto poder adquisitivo que huían del frío invierno a destinos más cálidos y necesitaban renovar su vestuario con prendas creadas para el ocio y disfrute. A ninguna se le ocurría repetir diseños del verano anterior y, dada la gran demanda, las firmas comenzaron a hacer un producto específico que se entendía como un adelanto de la colección que estaba por venir.

Los tiempos han cambiado. La gente viaja constantemente, las temporadas se han flexibilizado y el clima es muy caprichoso. Hoy en día, prácticamente todas las marcas ofrecen estas colecciones de mitad de temporada para saciar la curiosidad y la necesidad de nuevos productos que significa marcar diferencias entre la colección de primavera-verano y la de otoño-invierno.

Esta temporada, en Docor nos seducen la colección Crucero y sus bañadores diferentes, elegantes

y, sobre todo, atemporales. Una buena dosis de originalidad y cortes cómodos, ipero siempre de lo más chic!. Las pieles menos bronceadas se verán favorecidas por los colores de estos bañadores, pensados para todas las que habéis decidido pasar vuestras vacaciones de invierno al sol. ¿El resultado? No hace falta esperar a que vuelva el buen tiempo para disfrutar de esta colección que rezuma originalidad.

Comodidad y sofisticación a partes iguales para convertirse en las reinas del mar, también en pleno invierno.

En Docor, los bañadores acaparan todo el protagonismo en dicha colección, con patrones muy estructurados y que abogan por la comodidad, sin perder el sello inconfundible de la marca que es ofrecer siempre prendas que se adapten a todas las mujeres.

El poder y la energía de colores como el morado, el lima, el verde esmeralda o el negro enfatizan la idea de feminidad y sensualidad de la colección.

Sock Affairs: el regalo de Navidad que hace bailar al ritmo de los grupos más relevantes, las obras más emblemáticas y el rugido del motor



Estas Navidades, Sock-Affairs, la marca de calcetines divertidos, conocida por sus diseños únicos inspirados en el arte, la música y el motor, invita a los fans de estas vertientes a ofrecer los sonidos más importantes, las obras más emblemáticas y los motores más famosos como regalo esta Navidad.

La línea Amourette de Triumph, perfecta para completar tus looks y dejarse ver



La icónica gama de encaje elástico de Amourette Shimmer de Triumph ofrece piezas a medida para una comodidad garantizada. Para un look festivo, se ha actualizado con detalles de lúrex para que brille con luz propia.

El modelo Bustier puede llevarse como prenda interior o como pieza de moda para completar un conjunto. Combina tu outfit más sexy con Amourette Shimmer de Triumph.



PRIVATA

PRIVATA

WWW.PRIVATA.COM

Palermo, Palermo, Palermo! Puma aclama al Palermo FC en una nueva colaboración



La heroína local y delantera del Palermo FC, Alessandra Impellitteri, es la cara de la nueva campaña fotografiada en el histórico Stadio Renzo Barbera del Palermo FC. Las icónicas y atemporales zapatillas bajas Palermo conservan su etiqueta característica en la parte superior y una construcción en forma de T en su puntera. Fiel a su diseño original, la zapatilla descansa sobre una suela de goma.

Madhappy y Columbia Sportswear colaboran en una tercera colección centrada en la vida al aire libre y la salud mental



Incorporando los modelos clave que caracterizan a Columbia y sus tecnologías innovadoras para la vida al aire libre, esta última colaboración de invierno estrena nuevos diseños que reflejan su identidad de marca y su ADN.

Impala: el modelo de Veja perfecto para hacer ejercicio



Ha sido diseñado para todo tipo de ejercicio, como sesiones de gimnasio y carreras en cinta.

La tecnología Eng-Mesh permite la colocación personalizada de zonas transpirables y de apoyo.

La malla alterna entre puntadas apretadas y sueltas.

Xero Shoes: las mejores botas de senderismo impermeables y ligeras para que disfrutes como nunca de este otoño-invierno



Los modelos de Xero Shoes destacan por su ligereza y comodidad, además tienen una suela flexible, permitiendo que tus pies se muevan, flexionen y doblen naturalmente gracias al diseño en forma de pie, la caja de dedos ancha y el talón "zero drop".

MICAM⁹⁷
M I L A N O

The world's leading
international
footwear trade fair

MICAM **MAG**
A STEP AHEAD



←
A new magazine
is live now
scan the QR code
& discover more

MICAM Milano 97
FW 2024–2025 collections

February 18–21, 2024
fieramilano (Rho)

→
scan the QR code
& discover more



#micam
#micammag
micam.it



Supported by
madeinitaly.gov.it |



Crocs presenta su nueva edición limitada: LIL NAS X x CROCS



Lil Nas X se une a la familia Crocs con una edición limitada única y atrevida que refleja a la perfección la esencia del famoso cantante estadounidense.

Los tres esenciales de TOMS para este invierno



La colección femenina otoño-invierno 2023 de TOMS presenta el calzado ideal para ir abrigado y estiloso durante toda la temporada.

Sumissura: mocasines de suela track



La suela dentada que ha conquistado el asfalto esta temporada aportará un toque moderno a tu look. Para todas esas amantes de los mocasines, que son más exigentes, buscan ir un poco más allá con las tendencias y prefieren diseñárselos a medida.

Victoria Trend Alert: colores de temporada para tus sneakers

Tonos como el burdeos, el verde bosque, el ocre, el gris o el azul petróleo inundan algunas de las siluetas más cómodas de la temporada. Cualquiera de estos modelos está preparado para acompañarte en tus paseos este otoño-invierno y completar tu outfit cada día.



BRINGING TRENDS TOGETHER

13 - 16 JANUARY 2024

RIVA DEL GARDA



exporivaschuh
& gardabags
the fair that moves the world

100
E D I T I O N

Organized by
Riva del Garda®
Fierecongressi

RIVA DEL GARDA
EXHIBITION CENTER
INFO@EXPORIVASCHUH.IT
(+39) 0464 570153



SCAN THE CODE AND
VISIT OUR WEBSITE!
EXPORIVASCHUH.IT



#exporivaschuh #gardabags

Gisele Bündchen dialoga sobre el tiempo y el estilo con IWC Schaffhausen en Art Basel Miami



IWC Schaffhausen organizó una conversación íntima con la supermodelo y embajadora de la marca Gisele Bündchen durante Art Basel Miami. Haciendo hincapié en la importancia del tiempo, Gisele compartió ideas sobre cómo equilibra una agenda repleta con, "tiempo para mí" y, lo que es más importante, tiempo en familia.

Majorica lanza Etna y Petra para fin de año



La colección Etna está compuesta por collares, pendientes, brazaletes rígidos, pulseras y anillos con un baño de oro con inspiración en el volcán más alto de Europa.

La colección Petra, después de su éxito arrollador, amplía la familia con nuevas piezas en estructura de acero y perlas redondas de 12 cm.

Llega Drop la nueva colección de joyas de Vidda Jewelry para que irradiemos luz en las noches de fiesta



La marca de joyas sostenible VIDDA JEWELRY nos presenta su nueva colección Drop, diseñada meticulosamente para realzar tu elegancia y belleza.

Ferragamo lanza su tote bag pre-spring 2023



El nuevo diseño mezcla encanto y sencillez; un accesorio ideal para cualquier ocasión. El bolso se diseñó originalmente para la colección masculina pero, debido a su versatilidad y sofisticación, el estilo se ha desarrollado también para la femenina.

Fabricado en piel de ternero pulida y tratada con anilinas vegetales para un tacto suave y rico, cuenta con asas gruesas para llevarlo en la mano o al hombro.

Descubre los bolsos de V°73 ideales para estas fiestas



La firma italiana de accesorios V°73 presenta sus propuestas para completar cualquier look de evento especial para estas fiestas.

bisutex

En coincidencia con
intergift
madridplata
y más
MOMAD



Salón Internacional de la
Bisutería y Complementos.

08-11
Feb

2024

Recinto Ferial
ifema.es



A dos meses de su próxima edición, Momad ya cuenta con el 85% del espacio reservado



La próxima convocatoria de MOMAD, el Salón Internacional de Moda, Calzado y Accesorios, se celebrará del 9 al 11 de febrero de 2024 en el pabellón 8 del Recinto Ferial. Organizada por IFEMA MADRID, esta cita ha tenido una de las mejores aceptaciones de los últimos tiempos. Tanto que a dos meses de su celebración la organización de la feria ha conseguido ya alcanzar el 85% de espacio ocupado. Un hecho que confirma la buena salud de la que goza la feria y el apoyo contundente del sector a MOMAD.

Entre las iniciativas que se han llevado a cabo para presentar la cita de forma previa a su comercialización, una de las más importantes ha sido el roadshow que se ha implementado por diferentes puntos de la Península Ibérica recorriendo de extremo a extremo el país, desde Castilla y León hasta la Comunidad Valenciana. De este modo, distintos organismos regionales, así como empresas líderes en sus respectivas áreas de influencia, han decidido apostar por la convocatoria asistiendo como marcas presentes en la exposición, bien de forma agrupada, o bien, con nombre propio.

Áreas de MOMAD Febrero 2024

La próxima cita verá concentrada toda la oferta de colección programada otoño/invierno 24-25 y servicio inmediato primavera/verano 2024, además de colecciones atemporales, cada vez más demandadas en la industria. Para mejorar la experiencia del visitante en este encuentro B2B (business to business), las firmas estarán situadas conforme a los siguientes criterios: temporada presentada (PV 24 o OI 24/25), estilo de las colecciones y el tipo de cliente objetivo de dichas marcas.

Asimismo, las zonas de la feria serán identificadas en cuatro sectores:

Contemporáneo, con marcas de alto nivel que presentan Colección Avanzada OI 24/25;

Evento, fiesta, ceremonia, invitada...;

Sustainable Experience, con marcas de moda sostenible y el Sector Casual.

MOMAD febrero 2024 se celebrará en coincidencia con Intergift, alta decoración y regalo; Madridplata y más, una convocatoria única organizada por Madridjoya para esta próxima edición; y Bisutex, cita exclusiva para los profesionales de la bisutería. Todas ellas líderes en sus respectivos sectores.

Kilómetro 0 Moda sigue creciendo en 2024

Kilómetro 0 Moda, encuentro ferial que reúne los 360º de servicios del sector textil y de la moda, entra con mucha fuerza en 2024, celebrando su próxima edición del 7 al 9 de febrero. KMO Moda´24 integra todos los servicios del sector, sus 360º, un punto de encuentro que cuenta con una gran variedad de importantes empresas y agentes de tejidos, fornituras y complementos textiles; sumando talleres de confección y de géneros de punto, de patronaje y corte, y empresas de servicios auxiliares para el sector -tecnológicas, digitales, logísticas, de reciclaje, energéticas, etiquetas, formación, etc.-.

Sus objetivos, además de ser el punto de encuentro del sector, son impulsar acuerdos comerciales entre las empresas expositoras, las marcas, comercios, distribuidores, diseñadores y empresas que integran el sector, así como potenciar los valores de la etiqueta MÑ - ModaEspaña.

KMO Moda presenta en 2024 cambio de ubicación en IFEMA Madrid, situándose en el Pabellón 14, contando con una entrada directa desde el recinto ferial y comunicación entre sus pabellones, lo que permite mejorar el acceso de los visitantes y expositores.

Bisutex se mantiene como la mejor opción para los profesionales del sector de bisutería, complementos de moda y artículos viaje



Bisutex, feria líder en el sector de la bisutería, complementos de moda, marroquinería y artículos de viaje, se celebrará del 8 al 11 en el pabellón 4 del Recinto Ferial de IFEMA MADRID. Después de 37 años de celebración de Bisutex, esta sigue siendo el gran referente para el sector contando con la confianza de firmas que llevan apostando por la cita año tras año y edición tras edición. En este caso, y a dos meses aún de la celebración de

la 74ª edición de Bisutex, la convocatoria cuenta ya con el 80% de las firmas participantes confirmadas.

Por una parte, estarán presentes en Bisutex, empresas de alta bisutería y complementos, como Velatti, Pluma y Collar o Morlote, a nivel nacional. Además, a nivel internacional, nombres como Satellite o Une a Une tendrán su espacio en la feria. Asimismo, en el sector viaje, que presenta su campaña más importante del año en esta cita de febrero, contamos con marcas como Gabol, Delsey o Gladiator, además de con la vuelta de Roncato, que participa tras algunos años de ausencia. En marroquinería expondrán firmas tan consolidadas como Anekke (mochilas, bolsos..) o Ezpeleta (paraguas).

Por otra parte, la convocatoria de febrero siempre es la temporada fuerte para el complemento de playa, es por eso por lo que esta edición contará con la exposición de producto enfocado al turismo de costa como son los sombreros, kaftanes, complementos veraniegos...productos que expondrán firmas como Gugi Balears, Novadis o Maluca de Casa Barrera.

Bisutex, feria líder en su sector, se celebrará en el Recinto Ferial IFEMA MADRID, del 8 al 11 de febrero en el pabellón 4 del Recinto Ferial de IFEMA MADRID, en coincidencia con Intergift, Madridplata y más by Madridjoya y MOMAD. Para consultar toda la información, visita la página oficial de Bisutex.

Barcelona Textile Expo vuelve a Barcelona en Enero 2024 con más expositores y más pabellones internacionales



La 5ª edición de Barcelona Textile Expo vuelve a Barcelona repleta de novedades. El evento, que tendrá lugar en el Pabellón 2 de Plaza España (Fira de Barcelona), tendrá lugar del 16 al 18 de enero 2024.

Tras el éxito de sus ediciones anteriores (con más de 200 expositores y 4.000 visitantes), el salón contará en enero con un mayor número de expositores internacionales (además de España, procedentes de Turquía, Corea, Alemania, Italia, India, China, Uzbekistán, Egipto, Pakistán, Rumanía...) y con más pabellones internacionales (Turquía, Corea, China, India,

Bangladesh, Pakistán ya han confirmado), aseguran fuentes de la organización.

Asimismo, visitantes y expositores podrán asistir y participar en diversos actos paralelos con motivo de esta nueva edición, como son el Forum tendencias (que avanzará las novedades para primavera-verano 2025) y Seminarios sobre tendencias y sostenibilidad.

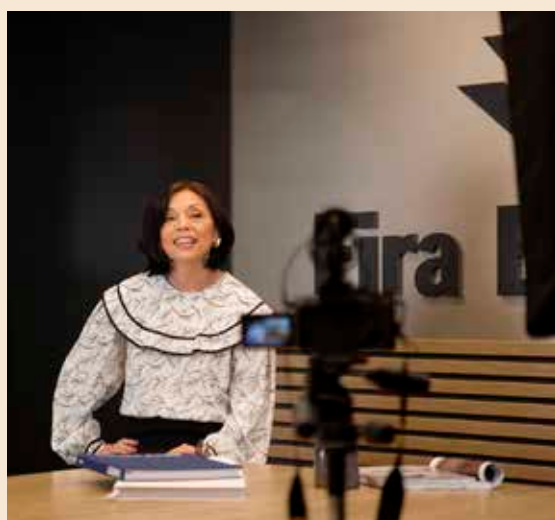
El certamen, exclusivo para profesionales del sector, facilita el contacto y las relaciones con fabricantes de: tejidos, tejidos de punto, textiles para el hogar, accesorios, estampados y hilos.

La 79ª edición de MBFWMadrid desvela los nombres del calendario oficial de diseñadores participantes

La gran plataforma de la moda española ya tiene fechas para la celebración de la 79ª edición de MBFWMadrid. Será del 15 al 19 de febrero, bajo la organización de IFEMA MADRID, el evento donde se concentrará todo el talento del diseño del país. Ana Rodríguez, la directora de MBFWMadrid, pone el acento en esta edición "que se celebra en un momento cuyo objetivo es atraer a grandes diseñadores impulsando el evento para poder llegar a todos los públicos sin cesar en su tarea de generar inspiración, deseo y cómo no, seguir siendo la principal herramienta de promoción y apoyo de la moda en nuestro país".

La nueva cita arranca el día 15 en el pabellón 14.1 del Recinto Ferial de IFEMA MADRID hasta el 18, con novedades y dedicando la jornada del 19 al desarrollo de los Desfiles en la Ciudad.

Albasarí Caro, directora de Barcelona Bridal Fashion Week: en la próxima edición de 2024 "se respirará más moda que nunca"



En BFFW 2024 se respirará más moda que nunca. El evento se convertirá una vez más en el epicentro mundial de tendencias y negocios, reuniendo todo el ecosistema nupcial en Barcelona, con las colecciones de las grandes firmas, casas de alta costura y nuevos talentos. BFFW presentará en su pasarela los desfiles de unos 30 diseñadores y prevé contar con la presencia de más de 360 firmas, la mayoría internacionales, en el trade show que se convertirá en el centro de business y networking para los profesionales, compradores, empresarios y operadores del sector más destacados a escala internacional.

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid presenta el calendario de la pasarela Allianz EGO

El calendario de esta pasarela estará compuesto por nueve diseñadores disruptivos, vanguardistas, únicos y diferentes que presentarán sus colecciones - algunos por primera vez- en el pabellón 14.1 del Recinto Ferial de IFEMA MADRID a partir de las once de la mañana y hasta las ocho de la tarde: COCONUTCANKILL, Dimoni, Juan VG, Oriol Clavell, EVADE HOUSE, Anystudio, Adrià Egea, Visori, Peter Sposito Studio.

STEPPING STRONG
STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM