

PRENSAPIEL

REVISTA PROFESIONAL DEL SECTOR DE LA PIEL

NÚMERO 297 · FEBRERO 2024 · 18 Euros · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · prensapiel@prensapiel.com · www.prensapiel.com



MOMAD

En coincidencia con

intergift

bisutex

madridplata
y más



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

**09-11
Feb**

2024

**Recinto Ferial
ifema.es**





NUESTRA PORTADA:
 Wonders

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

Uno de cada cuatro españoles podría verse afectado por la regulación de Hacienda sobre las plataformas de segunda mano

Estas plataformas tendrán que notificar a Hacienda sobre los usuarios que realicen más de 30 transacciones o ganen más de 2.000 euros al año.

El inicio de un año nuevo suele implicar la entrada en vigor de ciertas novedades fiscales. En este sentido, Hacienda ha comunicado recientemente que las aplicaciones de compraventa de segunda mano tendrán que notificar a la Agencia Tributaria acerca de aquellos usuarios que realicen más de 30 transacciones o que ganen más de 2.000 euros al año. Esta medida podría afectar a un cuarto de la población española ya que, según la encuesta realizada por Packlink, el 25,2% de los encuestados en España utiliza este tipo de plataformas para vender productos y ganar dinero.

La información que se envía a Hacienda incluye los datos personales y de residencia del vendedor, así como las cuentas bancarias utilizadas, entre otros. Esta normativa ha entrado en vigor en un momento en el que muchos españoles utilizan este tipo de plataformas para deshacerse de los regalos de Navidad no deseados.

De hecho, el 65,1% de los españoles utiliza algún tipo de plataforma de segunda mano, ya sea para comprar o para vender. Sin embargo, ahora que estas fechas festivas han terminado, los consumidores se centrarán en vender aquellos regalos que no cumplen con sus expectativas.

Por otra parte, la normativa de Hacienda se centra en regular las ventas y las ganancias, pero no tiene efectos sobre las compras. Esta función es muy popular entre los consumidores que buscan productos a menor precio. Así, el 22,4% de los españoles ya ha utilizado estas plataformas para adquirir los regalos de Navidad, mientras que el 24,5% las usa para comprar productos personales a un precio más bajo.

Además, los encuestados también esgrimen otro tipo de motivos para utilizar estas plataformas de recommerce. El 21,5% de los españoles las usa para acceder a productos vintage y el 19,9% desea ser más sostenible con sus compras.

La crisis del Mar Rojo supone una nueva amenaza para el comercio mundial

Alrededor del 30% de todo el transporte marítimo de contenedores pasa por el Mar Rojo, un canal crucial para la carga que viaja de la región de Asia-Pacífico a Europa.

Los ataques a los portacontenedores por parte de militantes Houthi en el Mar Rojo han elevado los costes de transporte marítimo un 300%, avivado el temor a los cuellos de botella en la cadena de suministro y agravado los riesgos de inflación. El incremento se debe a que los buques comerciales han de adoptar rutas más largas y costosas para evitar la zona de conflicto y soportar un aumento de los costes de los seguros. Aunque los ataques, dirigidos aparentemente contra buques israelíes, están causando problemas a las compañías navieras y a las industrias que dependen de ellas, su impacto en la economía mundial es limitado. La mayoría de los economistas esperan que siga siendo así, al menos a corto plazo, pero cuanto más se prolongue la crisis, más graves serán los trastornos.

Alrededor del 30% de todo el transporte marítimo de contenedores pasa por el Mar Rojo, un canal crucial para la carga que viaja de la región de Asia-Pacífico a Europa. Grandes transportistas marítimos han suspendido sus operaciones en la zona, desviando los buques alrededor del Cabo de Buena Esperanza. El efecto acumulativo de nueve días más en el mar perturbará inevitablemente la logística mundial y las cadenas de suministro. El cierre efectivo de la ruta del Mar Rojo podría reducir la capacidad de transporte marítimo internacional en torno a un 20%.

Es probable que la modificación de las cadenas de suministro, más largas y menos seguras, provoque escasez de productos en algunos sectores. Las empresas europeas serán las más afectadas a corto plazo.

Si la crisis se prolonga, es posible que aumenten los tiempos de espera, los precios y la congestión en los puertos. Esto puede acelerar el retorno a una mayor disposición a mantener niveles de inventario más altos por precaución. La economía egipcia también es especialmente vulnerable a un conflicto prolongado en el Mar Rojo. Algo más del 2% del Valor Añadido Bruto del país y el 3,5% de los ingresos públicos están vinculados al Canal de Suez.

Aunque los costes de transporte han subido sustancialmente, están considerablemente por debajo del máximo que alcanzaron durante la reactivación postpandémica. Además, cualquier ralentización de la producción causada por los problemas de la cadena de suministro se producirá en un contexto de moderación de la demanda mundial. Por último, la amenaza Houthi ha tenido hasta ahora poco impacto en los precios del petróleo, que son aún inferiores a los meses previos al inicio de los ataques. Alrededor del 80% de las exportaciones de petróleo de la región del Golfo se destina a Asia, por lo que no tiene que pasar por el Canal de Suez.

Acerca de Crédito y Caución

Crédito y Caución es la marca líder del seguro de crédito interior y a la exportación en España desde su fundación, en 1929. Con una cuota de mercado del 46%, lleva más de 90 años contribuyendo al crecimiento de las empresas, protegiéndolas de los riesgos de impago asociados a sus ventas a crédito de bienes y servicios.

Primera reunión de negociación para el IX Convenio Colectivo de Decathlon

El pasado 16 de enero se celebró la primera reunión para la negociación del IX Convenio Colectivo de Decathlon donde la empresa "ha propuesto su plataforma de recortes salariales y en derechos", informan fuentes de CCOO.



Tras esta primera reunión, informan fuentes de la organización sindical CCOO, "hemos escuchado

las propuestas que la plantilla nos ha dejado a través del cuestionario publicado en redes sociales. Por ello, hemos desarrollado las siguientes propuestas que nos ayudarán a conciliar nuestra vida personal y profesional, y no como la que "la empresa de tu vida" quiere que tengamos", señalan. Así, dichas propuestas recogidas por el sindicato, son:

- Una SUBIDA SALARIAL en 2024 de un 15%: un 12% para compensar la pérdida de poder adquisitivo en los años anteriores y un 3% de subida. En 2025 pedimos una subida del 4% y en 2026 del +5%. También consideramos que las subidas salariales deben hacerse de forma retroactiva desde el 1 de enero de 2024.

- Plus de antigüedad, plus de residencia, plus de carretillero y plus por idiomas y lengua de signos.

- Mejoras en las jornadas laborales aumentando a 12 los fines de semana libres al año, eliminando los turnos partidos, disminuyendo el porcentaje de domingos y festivos trabajados a un 40% o 12 y de jornada irregular máxima que no exceda del 10% tal y como marca el ET. También pedimos librar 24 ó 31 de diciembre y cerrar a las 18h, las navidades son para disfrutarlas.

- Definición de puestos de trabajo y de tareas para acabar con la sobrecarga de trabajo al mismo precio.

- Eliminación del grupo 5.1 y 5.2 equiparándolos a los grupos 3 y 4.

- Plazo máximo de un mes para la concesión de las excedencias.

- Aumento de horas anuales retribuidas para asistir al médico.

- Jornada máxima anual de 1.758 horas anuales.

- Recuperar el complemento por IT al menos en los términos del VII Convenio, computando como año natural.

- Mejoras de conciliación familiar: Reducción de jornada por cuidados hasta los 15 años, flexibilidad de media hora en la entrada y salida, cambio de centro durante dos años por conciliación familiar. Permiso retribuido de 7 días para cuidados de convivientes o familiares y de 6 días por ausencia por fuerza mayor familiar.

Siempre según informaciones facilitadas por la organización sindical CCOO, "en Decathlon estamos por debajo de las condiciones laborales medias del Sector porque la mayor representación la tiene un Sindicato que no apuesta por la recuperación salarial de las plantillas, ni por mejorar o mantener sus derechos", y sostienen que "desde CCOO seguiremos luchando".

Pepco desembarca en La Verónica con una nueva tienda de más de 500 metros cuadrados

La firma europea de textil y hogar abre su nuevo establecimiento en el centro comercial antequerano.



La conocida firma europea de textil y hogar a precios asequibles Pepco llega al centro comercial La Verónica con la apertura el próximo día 31 de enero de su nueva tienda.

Pepco, cadena de tiendas de hogar con los mejores precios, tiene su nuevo establecimiento en un local de más de 500 metros cuadrados en La Verónica.

La IA en las compras online: Softtek define las tendencias que marcarán el futuro del ecommerce

Softtek asegura que la Realidad Virtual y Aumentada serán claves en experiencias de compra más inmersivas y en la interacción con el cliente.



El comercio electrónico está experimentando una transformación significativa. Según Softtek, empresa líder en tecnología global, la inteligencia artificial generativa a nivel

masivo jugará un papel crucial en redefinir las experiencias de compra, llevándonos hacia una era de hiperpersonalización sin precedentes. Esto se destaca en su reciente WhitePaper 'Tendencias e-commerce hacia 2025'.

Softtek destaca que la Realidad Virtual (VR) y la Realidad Aumentada (AR) jugarán un papel fundamental en el desarrollo del social shopping, ofreciendo experiencias de compra más inmersivas y aumentando la interacción con el consumidor.

Distribución

Mango afianza su apuesta por la innovación con su entrada en Roblox

La compañía inaugura este mes su primera tienda en la plataforma, donde los usuarios podrán comprar prendas y productos digitales de Mango Teen para sus avatares.

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, ratifica su apuesta por la innovación digital con la entrada en Roblox, la plataforma inmersiva global de comunicación y conexión que cuenta con más de 70 millones de usuarios activos diariamente. En concreto, la compañía inaugura este mes su primera tienda inmersiva en la plataforma, ubicada en el centro comercial virtual Outfit Shopping Mall, donde los usuarios podrán comprar prendas y productos digitales de Mango Teen para sus avatares.

Para ello, la compañía, junto al partner digital BrandNewVerse, se ha convertido en colaborador principal de Outfit Shopping Mall, el centro comercial de estilo realista ambientado en una isla del mediterráneo, que se inaugura este mes en Roblox, con el objetivo de reforzar su apuesta por la innovación y la construcción de un ecosistema capaz de ofrecer experiencias, servicios y productos diferenciales para sus clientes en los distintos mundos (físico, digital y virtual).

Así, además de exponer y vender virtualmente los productos de Mango Teen, el nuevo punto de venta de Mango ofrecerá a los usuarios de la plataforma un espacio de interacción. La tienda también cuenta con una estética de estilo mediterráneo, alineada con el estilo New Med que impulsa Mango en sus puntos de venta físicos.

De esta manera, los usuarios de Roblox tienen la oportunidad de

comprar virtualmente las colecciones que se encuentran en las tiendas físicas de la compañía, a través del marketplace de Roblox, y pueden probarse prendas y productos de forma inmersiva en el establecimiento de la marca dentro del Outfit Shopping Mall. El grupo también lanzará diseños exclusivos para el metaverso en eventos especiales dentro de la plataforma.

Para el director de tecnología, datos, privacidad y seguridad en Mango, Jordi Álex Moreno: "Como compañía global, queremos dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes en cualquier momento, lugar y formato. La llegada de Mango a Roblox representa un hito porque nos permitirá llevar a esta plataforma nuestra pasión por la moda y reforzar nuestro ecosistema de canales, ofreciendo productos, servicios y experiencias diferenciales para nuestros clientes".



Finestrelles Shopping Centre cierra 2023 con una cifra récord de 7 millones de visitantes

Finestrelles Shopping Centre, propiedad de Frey y gestionado por Cushman & Wakefield, ha cerrado el ejercicio 2023 con un total de 7 millones de visitantes, alcanzando su récord histórico de afluencia desde la apertura del centro comercial, en 2018. Esta cifra supone un incremento del 8% respecto al pasado ejercicio 2022. Durante la campaña de Navidad (del 1 de diciembre al 5 de enero), también se ha dado un aumento del 5% respecto al 2022, situándose en 750.000 personas.

En cuanto a datos económicos, las ventas se han visto incrementadas también en un 11,9% respecto a 2022 y, ahora, la propiedad del centro apunta a ampliar esos números en 2024 apoyándose en su futura reforma.

Estos buenos resultados reflejan la buena trayectoria de Finestrelles Shopping Centre que inicia el año con la confirmación de dos nuevas aperturas (Tacobell y Brasayleña), y la previsión de ir incorporando nuevos rótulos en los próximos meses. Cabe recordar que, en el último trimestre, el centro comercial ha visto reforzado su mix comercial con la incorporación de rótulos como SantaGloria y Subway.

Nuevo proyecto de paisajismo basado en el concepto Shopping Promenade. Además, Finestrelles Shopping Centre da un paso más en materia de sostenibilidad y compromiso medioambiental, iniciando un proyecto de paisajismo cuyas obras comenzarán en el primer semestre de 2024. La reforma se basa en el concepto Shopping Promenade, desarrollado por Frey y hace referencia a destinos al aire libre, en el que los visitantes disfrutaban de una oferta comercial y de ocio junto a otras experiencias.

Blue Banana lleva su X hasta el corazón de México con su primera tienda física

Mexicanos y visitantes pueden vivir ya la aventura de Blue Banana en formato físico.



Blue Banana empieza el año celebrando su salto internacional gracias a la apertura de su primera tienda física en México. Con una estrategia omnicanal

afianzada en España, -cuentan con 11 tiendas físicas distribuidas por las principales ciudades españolas, 11 corners de El Corte Inglés, y un outlet-, la famosa marca de la "X" se estrena en el extranjero con su primera tienda física en México, siendo este el comienzo de la estrategia offline de la firma fuera de España.

La marca de moda y aventura española ha elegido Ciudad de México para empezar su expansión internacional en retail y lo ha hecho con un punto de venta de 70 m2 de superficie comercial en el centro comercial Santa Fé, el más grande del país.

Leather Cluster Barcelona y A3 Leather Innovation Center presentan el proyecto SULEAP

En una jornada organizada el pasado mes de diciembre en la Adoberia Bella, Leather Cluster Barcelona, junto con A3 Leather Innovation Center (Universitat de Lleida), han presentado SULEAP, un proyecto de cooperación en formación profesional entre diferentes socios europeos.



Este proyecto de educación y desarrollo de competencias empezó en noviembre del 2021 y está financiado por el programa Erasmus+ de la Comisión Europea. Durante todos estos meses han trabajado en este proyecto un consorcio de nuevo socios de países con producción activa de cuero, entre los cuales se encuentran España, Polonia, Italia, Grecia y Turquía.

Con la participación de A3 Leather Innovation Center de la Universitat de Lleida y bajo el liderazgo del Centro Tecnológico das Industrias do Couro (CTIC, Portugal), las organizaciones de estos países, han trabajado con el objetivo de ampliar el conocimiento sobre la implementación de la sostenibilidad en la industria de la piel a los grupos destinatarios y a la sociedad, con herramientas y plataformas de formación innovadoras.

Todos los socios del proyecto quieren actuar como agentes multiplicadores y puente entre el conocimiento más avanzado, la industria y la sociedad, apoyando a la transformación del sector de la piel hacia una industria más moderna y competitiva.

Durante la jornada de presentación del proyecto SULEAP en la Adoberia Bella, Anna Bacardit, directora de A3 Leather Innovation Center UdL, ha expuesto el contexto, el propósito y el resultado del trabajo de estos más de dos años de trabajo, la preparación de un MOOC abierto a las empresas y la sociedad, en sostenibilidad en el sector de la piel en una plataforma multilingüe. MOOC es el acrónimo en inglés de Massive Online Open Courses (Cursos en línea abiertos y masivos). Es decir, se trata de un curso a distancia, accesible por internet al cual se puede apuntar cualquier persona y no tiene límite de participantes.

LCB

Leather Cluster Barcelona es un entorno de cooperación competitiva para promover proyectos estratégicos transversales y transformadores con el objetivo de impulsar el ecosistema del sector de la piel catalán. El clúster es una entidad acreditada dentro del programa Catalonia Clusters y cuenta con el apoyo de Acció.

Taller europeo sobre la huella de carbono del cuero bovino europeo



El taller, desarrollado como parte del proyecto de diálogo social financiado por la UE "Hacia el impacto adverso cero de la industria europea del cuero - GREEN DEAL LEATHER", reunió a los interlocutores sociales nacionales, incluidos empleadores de España (Acexpiel), Portugal (APIC), Francia (FFTM), Austria (FVTBSL), Hungría (MKSZ), Italia (UNIC) y Alemania (VDL), así como a representantes sindicales de Alemania, Austria, Italia, Francia, Turquía y el Reino Unido.

Los participantes fueron actualizados sobre el trabajo del proyecto, incluido el cálculo de la huella de carbono promedio de un metro cuadrado de cuero utilizando la herramienta de la industria Eco2L, que tiene como objetivo proporcionar datos precisos y transparentes sobre la eficiencia energética y las emisiones de carbono de la producción. Con mucha desinformación en los medios de comunicación sobre el cuero, la necesidad de datos científicos reales es vital.

El evento fue inaugurado por el Sr. Manuel Ríos, Presidente de COTANCE, quien dijo: "Queremos que nuestros clientes y los consumidores entiendan que la huella de carbono de un cuero de alta calidad también refleja la tecnología detrás y las características de rendimiento proporcionadas al cuero, que garantizarán un uso satisfactorio y duradero del material. El impacto ambiental real del cuero depende después de todo, de la duración del servicio"

El Secretario General de COTANCE, Gustavo González-Quijano, dijo: "Para un profano, no es fácil entender los datos de la huella de carbono y sus implicaciones ambientales. Y simplemente comparar una figura aquí con otra allí sin el contexto correspondiente, a menudo conduce a conclusiones erróneas. Es por eso que hemos puesto el máximo cuidado en reducir en este estudio la cantidad de información que Eco2L genera a lo esencial y proporcionar a los lectores todas las explicaciones necesarias".

Con el objetivo de la UE de ser climáticamente neutral para 2050, la industria del cuero y sus trabajadores están dispuestos a desempeñar su papel produciendo productos de cuero de buena calidad, optimizando el modelo de economía circular y con el objetivo de utilizar los procesos más respetuosos con el medio ambiente disponibles. Para que Europa sea líder mundial en la fabricación de cuero, la recopilación de datos precisa y la transparencia siguen siendo esenciales, y se espera que este proyecto y la nueva herramienta Eco2L ayuden a la industria a continuar con la producción de cuero "verde" en Europa.

Judith Kirton-Darling, Secretaria General Conjunta Interina de la industria de toda Europa, dijo: "Tenemos una orgullosa tradición de producir cuero de buena calidad aquí en Europa y queremos que el sector del cuero, como todos los sectores de fabricación, sea lo más ecológico posible. Los trabajadores quieren hacer productos de calidad y de larga duración que no tengan un impacto negativo en el medio ambiente. El apoyo y la inversión continuos siguen siendo importantes, tanto por parte de los consumidores en la inversión en cuero verde fabricado en Europa como por parte de las empresas y los responsables políticos en equipos, acceso a la energía verde y garantizar el acceso a trabajadores cualificados para fabricar estos productos".

PRIVATA



WWW.PRIVATA.COM

Swarovski revela la magia del amor para San Valentín 2024

Una colección de temporada de Swarovski impregnada de alegre extravagancia.



Giovanna Engelbert, Directora Creativa Global de Swarovski, comenta: "Nuestra colección de San Valentín celebra la magia del amor con piezas brillantes para regalar y conservar. Hay muchas técnicas en juego, como la piedra danzante en el corazón del colgante Hyperbola, que captura ese sentimiento mágico del amor al centelleo con cada movimiento. También hay un aire antiguo y vintage en el diseño, con su halo de bordes de perlas, inspirado en las muestras de amor que mi madre y mi abuela recibían de sus novios".

THOMAS SABO presenta la colección Rebel at heart para la primavera/verano 24

A partir de ahora el protagonista es un lobo mitológico.



El elemento Rebel Wolf se integra perfectamente como nuevo símbolo de la belleza salvaje de la naturaleza en la elegancia atemporal de la serie de iconos animales de la colección.

Wempe y Longines celebran el éxito de una larga colaboración: Longines Spirit Zulu Time x Wempe

Coronan su historia conjunta de éxito con un elegante modelo especial de edición limitada, que estará disponible exclusivamente en Wempe.



El Longines Spirit Zulu Time Special Edition está limitado a 300 ejemplares y estará disponible en exclusiva en todas las sucursales de Wempe a partir de enero de 2024.

Godiam presenta sus anillos de compromiso con piedras preciosas para dar el sí quiero

Los anillos de compromiso son un símbolo importante en muchas culturas alrededor del mundo.



Sea cual sea tu piedra favorita la firma de Alta joyería española GODIAM tiene entre sus diseños varios anillos de compromiso que son amor a primera vista.

bisutex

En coincidencia con
intergift
madridplata
y más
MOMAD



Salón Internacional de la
Bisutería y Complementos.

08-11
Feb

2024

Recinto Ferial
ifema.es

 **IFEMA**
MADRID

Longchamp University primavera-verano 2024

La musa de esta temporada es una estudiante que llega a París para empaparse de su cultura y de su moda.



Su nuevo uniforme consiste en una sudadera con el logo de Longchamp University, que combina con prendas elegantes como una falda de piel o unas bermudas de gabardina. Completa su look con un sofisticado bolso Le Foulonné o con una bandolera Très Paris.

Al salir de clase pasea por Saint-Germain-des-Prés recorriendo galerías y exposiciones.

Le encantan los bolsos que le dejan las manos libres, como el pequeño neceser Le Pliage Xtra con sus abalorios de colores y que lleva cruzado por el cuerpo.

Estas combinaciones de bolso y kimono de Vida y Milagros son un must have en tu armario y te acompañaran toda la vida

Esta firma valenciana tiene opciones de exclusivos bolsos para combinar con sus diferentes diseños de kimonos.



L i g e r o s , versátiles y sobre todo, diferentes, los kimonos de seda 100% natural de Vida y Milagros, ofrecen muchas ventajas a la hora de crear tus looks.

Además, esta firma valenciana también tiene opciones de exclusivos bolsos para combinar con sus diferentes diseños de kimonos.

Scharlau: la comodidad de la mochila sin renunciar a la calidad y el estilo

D i s e ñ a d a s con diversos compartimentos, tanto para nuestros instrumentos de trabajo como para nuestros objetos personales, las mochilas se convierten en indispensables a la hora de ser ordenados e ir cómodos.

Los nuevos diseños de la colección Slackline de Scharlau nos proporcionan la comodidad de llevar todos nuestros objetos sin notar ese peso incomodo en el hombro.





STEPPING STRONG
STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM

La AEC publica su 'Informe del Sector del Calzado y los Componentes para el Calzado: Balance 2023'

La caída del consumo y de la actividad productiva, así como el incrementado del absentismo en las empresas, llevan al sector a una situación de incertidumbre.



El sector industrial y comercial del sector del Calzado y de los Componentes para el Calzado, arrastra un déficit industrial, económico y comercial desde el mes de enero del 2020 cercano al 25%, provocado por la caída del consumo y la desaceleración económica fruto de la grave situación

generada a nivel mundial por la pandemia, las guerras y las tensiones geopolíticas, que han desencadenado el elevado incremento de los precios, el encareciendo del coste de las materias primas, la energía y el transporte, repercutiendo negativamente en la capacidad operativa de las empresas que han visto como los Gastos Generales de Fabricación se han incrementado en más de un 80% desde el año 2020 hasta nuestras fechas, señala la Asociación Española de Empresas de Componentes, Curtidos y Maquinaria para el Calzado y la Marroquinería (AEC) en su informe.

Así, hace balance la AEC: "actualmente el sector se encuentra en momento de incertidumbre". Sus mayores problemas vienen generados por la caída del consumo y de la actividad productiva, a la que hay que sumar otros problemas como son: el incrementado del absentismo en las empresas que se han disparado en un 10% de media, llegando en algunos casos hasta alcanzar un 30%.

El porcentaje de horas efectivas (horas pactadas en convenios y contratos más horas extra) no trabajadas por enfermedad asciende al 6,7% de media a nivel nacional en el tercer trimestre del año. Sin embargo, en el sector del calzado y de los componentes para el calzado, esta tasa escala hasta el 10%.

Este es, por tanto, el porcentaje de horas efectivas no trabajadas por causas diferentes a vacaciones, días festivos o ERTE, que muestra que el 90% de estas ausencias del trabajo se produce por enfermedad del trabajador, "enfermedad común", situando la tasa de absentismo por incapacidad temporal en este periodo en el 9%. A este motivo le siguen los permisos por cuidado de hijos u otros familiares y las ausencias injustificadas hasta completar la tasa de absentismo general que ha escalado en algunos casos hasta un 30% en las empresas de nuestro sector.

Otro de los problemas detectados, añade el informe de la AEC, es el problema laboral por la dificultad que mantienen las empresas para poder incorporar profesionales cualificados en el sector.

Otro problema, indica la AEC, han sido los reducidos márgenes comerciales de las empresas, los cuales se han bajado, para poder competir con la caída del consumo y la creciente entrada de los productos de menor coste procedentes de Asia.

En su informe, la AEC comenta también que otra de las máximas preocupaciones que comentan las empresas del sector es la fuerte caída productiva en nuestro país, lo que está repercutiendo muy negativamente en la actividad manufacturera de nuestro sector de los componentes para el calzado.

En cuanto a las cifras del sector de los componentes para el calzado, el pasado año las exportaciones crecieron un 16% y las importaciones un 25%, alcanzando 1.803 millones de euros y 1.956 millones euros respectivamente. A dos meses vista del cierre del año 2023, el sector de los componentes para el calzado, acumula una caída en el primer semestre del año, respecto al mismo periodo del año 2022, de un 5% en exportaciones y de un 12,5% en importaciones.

Felipe Carrasco visita INESCOP para conocer una metodología innovadora para la fabricación de calzado con tecnología knitting

Esta metodología es fruto de una investigación llevada a cabo por el centro tecnológico del calzado, INESCOP, con una ayuda del Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (Ivace) de más de 232.000 euros.



El secretario autonómico de Industria, Comercio y Consumo, Felipe Carrasco, visita INESCOP para conocer la metodología que permitirá a las empresas del sector del calzado de la Comunitat Valenciana diseñar y fabricar calzado mediante la tecnología knitting, de una forma más localizada, rápida, precisa y sostenible. "El valor vanguardista de esta investigación vuelve a colocar al centro tecnológico del calzado como referente de innovación con el desarrollo de una metodología innovadora que permitirá a las empresas del sector dejar de depender de terceros países, tener un control directo sobre el proceso de diseño, ganar en competitividad y ser más sostenibles", ha destacado Carrasco.

Esta metodología es fruto de una investigación llevada a cabo por INESCOP, gracias a una ayuda del IVACE de más de 232.000 euros. Para el secretario autonómico de Industria "la colaboración centro tecnológico-empresa es fundamental para adecuar las investigaciones a las necesidades reales del tejido empresarial", al tiempo que ha reiterado el "apoyo firme" que el Consell va a seguir dando a los centros tecnológicos, los cuales considera "piezas clave en la política industrial y generadores de un conocimiento tecnológico que es necesario que se transfiera al tejido industrial". Para llevar a cabo esta investigación, INESCOP ha contado con la colaboración de varias empresas de la Comunitat Valenciana como Unisa, Gioseppo, Dechics, Pth Urban y Algorós I Mas D.

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



FIRA
ALACANT



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
DE COMPONENTES PARA EL CALZADO



Ajuntament d'Elx
Promoció Econòmica



Ayuntamiento
de Elda



GENERALITAT
VALENCIANA
Conselleria de Innovación,
Industria, Comercio y Turismo

HIDN-ANDER cuenta con el futbolista internacional Edin Džeko y la exmodelo bosnia y actriz internacional Amra Džeko como inversores

La marca de lujo accesible Hidn-Ander ha logrado atraer al futbolista internacional Edin Džeko y a la exmodelo y actriz internacional Amra Džeko como inversores.



El fabricante de zapatillas de alta gama se está expandiendo a nuevos mercados y este mes abrió un showroom en Nueva York antes del lanzamiento de la marca en los Estados Unidos en 2024.

Fundada en 2019, Hidn-Ander crea productos originales diseñados para el siglo XXI. El calzado de Hidn-Ander es una armonía de contrastes, la unidad de diversas influencias. Fabricados en Italia, los zapatos de Hidn-Ander son elaborados éticamente y están diseñados para perdurar. Las colecciones se venden en tiendas de toda Europa y a través de hidnander.com. En 2024, la marca se introduce en Corea del Sur, además de los Estados Unidos, y busca socios/distribuidores en el Reino Unido y Escandinavia. Con sede en Milán, Hidn-Ander incorporará nuevos inversores a medida que continúe creciendo.

Las 6 zapatillas sostenibles con aire retro de DUUO que desearás esta temporada

DUUO fabrica sus zapatillas con materiales 100% veganos y eco. La marca, cuenta con varios modelos de zapatillas estilo retro que son las perfectas aliadas para completar cualquier look.



El diseño de estas zapatillas fusiona la elegancia atemporal con toques modernos. Su versatilidad permite combinarlas con diferentes estilos, desde lo casual hasta el más sofisticado, creando infinitas posibilidades.

Descubre los botines Hadley de TOMS, la tendencia cowboy que va más allá de la moda

Los botines Hadley de TOMS son la elección perfecta para sumarse a la tendencia cowboy. Disponibles en tres colores: negro, beige y marrón, estos botines no solo destacan por su estilo atemporal, sino también por su cuidado diseño.

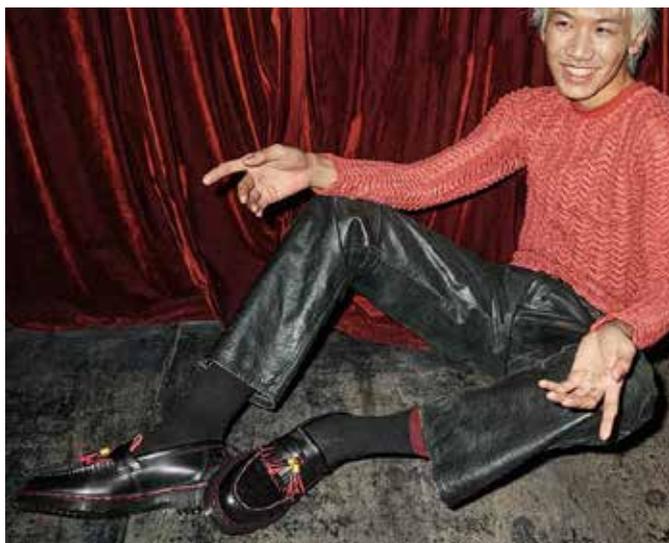


Estos modelos cuentan con un tacón en cuña de 3 cm. que garantiza su comodidad y plantillas OrthoLite® que ofrecen un soporte adicional. La cremallera oculta ayuda a ponerlos y quitarlos con facilidad, convirtiéndolos en la elección ideal para cualquier ocasión.

Calzado

DR. Martens celebra el Año del Dragón

El inicio de algo nuevo: para celebrar el año nuevo lunar, DR. Martens crea una colección que rinde homenaje a la valentía del dragón.



Para el Año Nuevo Lunar 2024, Dr. Martens ha diseñado una colección de edición limitada que conmemora el audaz espíritu del dragón, la única criatura mística del horóscopo chino.

Dos siluetas clásicas de Dr. Martens reinterpretadas para el Año del Dragón. Inspirándose en la tradición del Año Nuevo Lunar y la legendaria valentía del dragón, han modificado la bota 1460 y el mocasín Adrian para crear 2 estilos especiales.

Ambas están fabricadas en piel negra Smooth y llevan incorporadas el diseño de un dragón. Los acabados en el distintivo amarillo de la marca ahora se sustituyen por el "rojo de la suerte" característico de esta festividad. Además, a la 1460 se le añade una placa dorada grabada en la puntera y charms en los cordones.

La colección de Dr. Martens: Año del Dragón ya está disponible online y en tiendas seleccionadas.

Jimmy Choo presenta su campaña de primavera 2024

Jimmy Choo viaja a Ibiza para su nueva campaña de Primavera 2024, protagonizada por la modelo Vivienne Rohner.



Statement Glamour es la razón de ser de la temporada, centrada en una poderosa línea de zapatos y accesorios que llaman la atención, aportando glamour desde el día hasta la noche. Los modernos colores monocromos y los motivos geométricos son divertidos pero al mismo tiempo transmiten seguridad. El tacón de Jimmy Choo evoluciona a través de modelos destalonados con microtacón y sandalias de tiras. Vivienne encarna el espíritu seguro y poderoso de la mujer Jimmy Choo con su presencia magnética y su estilo effortless chic.

El característico modelo AVENUE de Jimmy Choo, un viaje dinámico interpretado a través del tejido acolchado que caracteriza a la marca en sus accesorios y calzado, evoluciona hasta convertirse en un patrón moderno, ejecutado en colores que contrastan. En un potente color monocromático, estos patchworks angulosos animan la superficie de la bota BLAKE hasta la rodilla -con punta afilada y esbelto tacón de cuña-, el bolso QUAD AVENUE y el bolso SOFT SHOULDER AVENUE, que relaja el estilo, con una única tonalidad cremosa.

Encuentro empresarial Smart & Technical Textiles 2024 Frankfurt

Los días 23 al 26 de abril tendrá lugar el encuentro empresarial Smart & Technical Textiles 2024 en Frankfurt, en el marco de la feria internacional de textiles técnicos TechTextil.



Con motivo de la principal feria internacional de textiles técnicos y no tejidos la Enterprise Europe Network organiza un evento de intermediación internacional para empresas, instituciones de investigación y todas las partes interesadas que quieran explorar proyectos conjuntos, cooperación técnica o nuevos contactos comerciales con socios de Europa y de todo el mundo.

El evento de B2B se organiza en formato híbrido, entre el 1 y el 30 de abril y es posible registrarte hasta el último día.

Los interesados pueden registrarse para este evento gratuito con su perfil de cooperación en la plataforma de eventos en línea hasta finales de abril de 2024 y seleccionar participantes interesantes para reuniones bilaterales.

Estas reuniones se pueden concertar previamente de forma bilateral a través de la plataforma de eventos en línea, virtualmente o en vivo.

En este enlace <https://smart-techtextiles24.b2match.io/> puede ampliar esta información y efectuar el registro.

Pitti Uomo finaliza su edición 105 con un incremento del 4% de compradores internacionales y un total de 20.000 visitantes

La organización del evento estima que de estos 20.000 visitantes profesionales, 13.000 eran compradores.

Al final de la exposición de cuatro días, que ha tenido lugar en la Fortezza da Basso de Florencia del 9 al 12 de enero de 2024, los compradores extranjeros aumentaron en comparación con enero de 2023 en aproximadamente un 4 % en términos de personas y en casi un 6 % en términos de tiendas. La cifra italiana, sin embargo, estaba ligeramente a la baja, una circunstancia que se esperaba ampliamente teniendo en cuenta las desaceleraciones en nuestro mercado interno, registradas especialmente en los últimos tres o cuatro meses. La cifra final de la afluencia de compradores solo (excluyendo otras categorías de visitantes) alcanzó las 13 mil personas, con extranjeros en alrededor de 4.700.

Participación agrupada de 9 empresas españolas en Lineapelle New York

En esta próxima edición de Lineapelle New York participarán 9 empresas españolas del sector, bajo el paraguas de la marca Footwear Components From Spain, con la colaboración de ICEX España Exportación e Inversiones.



La feria Lineapelle New York se celebrará los días 31 de enero y 1 de febrero en el Metropolitan Pavilion, en el 125 West, 18th Street de Nueva York, donde 9 empresas del sector participan bajo el paraguas de la marca Footwear Components From Spain, con la colaboración de ICEX España Exportación e Inversiones, informan fuentes de la Asociación Española de Empresas de Componentes, Curtidos y Maquinaria para el Calzado y la Marroquinería (AEC).

En el siguiente enlace puede ver el listado de expositores españoles: [Listado-expositores-Lineapelle-NY-ene24.pdf](#)

En el evento, informa AEC, expondrán 111 empresas, de las cuales el 78% son expositores de curtidos, el 11% de accesorios y componentes, el 8% de tejidos y sintéticos, el 3% servicios y químicos.

Por países predominan las empresas italianas con un 45%, seguidas por las brasileñas con un 12%, españolas con un 9%, francesas con un 8% y turcas con un 7%. También exponen otros países como Alemania, China, EEUU, India, México, Paquistán, Reino Unido.

Todo lo que viste (y no pudiste ver) en esta última edición de Expo Riva Schuh & Gardabags

Estas son las tendencias expuestas y propuestas en la última Expo Riva Schuh & Gardabags para la temporada de otoño-invierno 2024-2025.

Expo Riva Schuh & Gardabags ha presentado de manera constante una amplia variedad de categorías de productos. Desde un punto de vista estadístico, las principales ofertas incluyen botas, botines, modelos casuales y cómodos, así como sandalias, chanclas y mocasines. También causan gran impresión los zapatos deportivos y de alto rendimiento, al igual que las colecciones de calzado laboral y de seguridad.

Pero, ¿cuáles fueron las tendencias más populares en la recientemente cerrada 100ª edición de Expo Riva Schuh & Gardabags para el próximo invierno? El evento en Riva del Garda, como siempre, brinda una oportunidad única para obtener valiosos conocimientos sobre los principales temas a explorar.

ESTILOS DESTACADOS EN LA EXPOSICIÓN MUJERES

Los temas que más captaron la atención de los visitantes incluyen, para las mujeres, un fuerte énfasis en propuestas elegantes de terciopelo, una preferencia por zapatos bajos y sofisticados, pero también muchos "Sexy Camperos" que



hacen que el estilo tex-mex sea perfecto incluso para noches elegantes. Los materiales cálidos y el pelaje son, naturalmente, imprescindibles.

HOMBRES

Los hombres vuelven a la elegancia con una variedad de selecciones atemporales que rinden homenaje al arte de vestir con un toque extra de originalidad y modernidad. El look casual, un básico en la moda masculina, se define por estructuras distintivas y volúmenes audaces. El estilo "Athleisure" también está de moda en la moda masculina, donde se combinan elementos deportivos con sofisticación y la atención adecuada a los detalles.

BOLSOS

Quienes buscan bolsos no pueden prescindir del color, incluso cuando se trata de tendencias de invierno. Tonos completos y saturados listos para iluminar la temporada de invierno. Se añaden calidez con numerosas soluciones que elevan el tapizado, y especialmente el pelaje, a un material importante pero también

a un elemento de estilo crucial. El enfoque estará en todo lo que brilla y destella, desde los metálicos hasta las lentejuelas.

TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR

El nuevo espacio "HIGHLIGHTS" buscado por Expo Riva Schuh & Gardabags para promover las últimas tendencias del consumidor analizó los modelos que se convertirán en objetos de culto en las próximas temporadas. Se exploraron técnicas de procesamiento que agregan valor a los modelos, haciéndolos identificables y deseables. También se comparó la increíble variedad de técnicas de trabajo de materiales. También se habló de las aplicaciones que los consumidores seguramente amarán y de los metales que se utilizarán para fabricarlas.

TENDENCIAS DE BOLSOS PARA MUJERES

Varias formas inusuales e interesantes se revelarán como imprescindibles para la temporada de bolsos de mujer: desde cruasanes hasta clásicos bolsos de montar vistos en la pasarela y ya en escaparates, hasta el cubo revisado y bolsos de compras de gran tamaño. Las siluetas trapezoidales también tienen su propio atractivo único.

En cuanto a los materiales, los bolsos tejidos suaves y tubulares son la opción preferida para una tercera dimensión altamente acentuada, al igual que el más clásico matelassé. Las técnicas de tejido están muy solicitadas, al igual que el uso de materiales cálidos como el pelaje. Incluso el patchwork aprovechará la oportunidad de ser visto.

Como sabemos, los bolsos también son objetos de diseño a menudo complementados con varios accesorios y objetos metálicos. Las cadenas inusuales estarán en la cima, al igual que las asas diferentes a cualquier cosa que hayamos visto. ¿Tono? Ligeroy luminoso, aún mejor si es dorado, pero también lentejuelas y transparencia.

TENDENCIAS DE BOLSOS PARA HOMBRES

El mercado masculino suele ser más comedido en la elección de materiales, colores y mano de obra, pero también está ansioso por jugar con formas y volúmenes. Los bolsos de mano para hombres, ya sean voluminosos o más parecidos a pequeños bolsos de hombro, recibirán comentarios positivos.

Las bolsas suaves de noche serán la elección para viajar con estilo y comodidad. Estas se ofrecerán junto con propuestas más estructuradas gracias a las variadas interpretaciones de los muchos estilistas que ya las han llevado a la pasarela. El concepto unisex es un éxito, pero con sus debidas distinciones. Las carteras se están reemplazando cada vez más por bolsos de mano, naturalmente adaptados al mundo masculino y mucho más suaves.

Los hombres también pueden optar por correas para el hombro, pero las formas predominantes serán más cuadradas. La riñonera, un gran éxito en temporadas pasadas, evoluciona con una nueva posición y a veces con formas muy inusuales. Los materiales o looks más técnicos siguen siendo un éxito, especialmente en forma de mochilas, que también están disponibles en versiones laborales o más sofisticadas.

Un accesorio con un aspecto innegablemente más limpio en cuanto a su forma y detalles añadidos. Por último, los hombres también pueden optar por bolsos de compras como alternativa a la mochila clásica y ahora muy utilizada.

La próxima edición está programada del 15 al 18 de junio de 2024 en la Feria de Riva del Garda.

La Alta Joyería estará presente en la edición de febrero 'Madridplata y más by Madridjoya'

Participan empresas de gran prestigio como Alpi Or, Alen Dione, Emmedidue, Femmena, Generoso Giogielli, Manuel Ruso, Modelados JP, Obrero Joyeros, Regina Cora, Rodríguez Galliot, Simón Franco, Talleres Victoria, 999, entre otros.



La alta joyería tendrá una importante presencia en la próxima edición de 'Madridplata y más by Madridjoya' que, organizada por IFEMA MADRID, se celebrará entre los días 8 y 11 de febrero en el pabellón 6 del Recinto Ferial.

La magia del oro invade todos los diseños. Colecciones realizadas en oro blanco, amarillo, rosa y platino. Piezas únicas que incorporan perlas y gemas preciosas, diamantes, joyas de diseños macizos, motivos de inspiración floral, líneas Art Deco, brazaletes con figuras de animales y collares de estética arquitectónica, conviven con piezas simples, elegantes y minimalistas. Toda una oferta que mostrará las últimas y exclusivas creaciones en collares, gargantillas, brazaletes, anillos, pendientes, broches, diademas ...

Reconocidas empresas, nacionales e internacionales, como Alpi Or, Alen Dione, EMMEDIDUE, Femmena, Generoso Giogielli, Giovoni Fabio, Manuel Ruso, Modelados JP, Obrero Joyeros, Regina Cora, Rodríguez Galliot, Simón Franco, Talleres Victoria, 999, entre otros, ya han confirmado su participación en este salón, que, una vez más, se afianza como referente del sector joyero en la Península Ibérica.

La celebración de 'Madridplata y más by Madridjoya' coincidirá con las ferias Intergift, entre los días 7 y 10; Bisutex, entre el 8 y 11 y MOMAD, entre el 9 y el 11 de febrero.

KMO Moda se celebrará en IFEMA MADRID

Será en el pabellón 14 del Recinto Ferial durante los días 7 y 9 de febrero al mismo tiempo en que se celebrará MOMAD, la feria más importante de la industria de la moda del Sur de Europa

IFEMA MADRID recibe el mes de febrero con la mejor oferta expositiva en decoración, joyería, bisutería y moda con la celebración de las ferias Intergift, Madridplata y más by Madridjoya, Bisutex y MOMAD. A esta gran convocatoria de organización propia, se le suma en esta ocasión la celebración del encuentro ferial KMO Moda que integra todos los servicios del sector convirtiéndose en un punto de encuentro que cuenta con una gran variedad de importantes empresas y agentes de tejidos, fornituras y complementos textiles, a los que se suman 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... Trabajan en línea para conseguir sus objetivos: 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, lo que permite mejorar el acceso de los visitantes y expositores. Este cambio de espacio, además, amplía los metros cuadrados del salón, lo que permite acoger a más empresas y ampliar el espacio de los stands de los expositores.

Firmas de moda canaria estarán en Bisutex y Momad de la mano de Proexca

Un total de 18 firmas de moda, complementos y joyería procedentes de las Islas Canarias participarán el próximo mes de febrero en las ediciones de Bisutex y de Momad 2024 organizados por IFEMA en Madrid, gracias al apoyo de Proexca.

Por primera vez Proexca en colaboración con los colectivos de moda de los Cabildos, Isla Bonita Moda, Lanzarote Moda, Tenerife Moda y Gran Canaria Moda Cálida colaboran lanzando esta iniciativa, con el objetivo de llevar a las empresas canarias que han sido seleccionadas mediante convocatoria a dichas citas profesionales de referencia en el sector. Facilitar a todos los participantes un escenario único de comercialización en las diferentes ferias es una de las finalidades.



Récord de inscripciones en la X edición del concurso MOMAD Talents by ISEM

Más de 50 inscritos en el concurso que premia las colecciones de los jóvenes talentos con la cesión de un espacio en MOMAD y formación de la mano de ISEM bajo los criterios de creatividad, originalidad, sostenibilidad y viabilidad del producto en el mercado. Las firmas ganadoras han sido MOCLAN y KAUS STUDIO.



El concurso MOMAD Talents by ISEM ha desvelado ya los nombres de los ganadores de esta convocatoria, que ha conseguido tras diez ediciones batir récord de inscripciones, con más de 50 registros. Este concurso es una iniciativa de MOMAD, la feria de la industria de la moda,

calzado y complementos más importante del sur de Europa, que, organizada por IFEMA MADRID, se celebrará del 9 al 11 de febrero de 2024 en el pabellón 8 del Recinto Ferial. Cuenta con el patrocinio de ISEM.

Rec.0 prepara una nueva edición del 8 al 11 de mayo

El festival abre convocatoria para las marcas que deseen participar en la edición de verano.

La edición de verano del festival Rec.0 ya tiene fechas: desde el miércoles 8 hasta el sábado 11 de mayo, el barrio del Rec de Igualada volverá a convertirse en el epicentro de la moda con la venta radical de stocks y nuevos formatos de venta al por menor. El festival, además de contar con grandes marcas y firmas internacionales, sigue apostando por diseñadores de moda emergentes, marcas de moda sostenible y el exitoso mercado de intercambio de ropa.

Rec.0 ha abierto ya la convocatoria para marcas de moda y nuevos diseñadores emergentes que deseen participar en Rec para vender sus stocks. Es necesario ponerse en contacto con el festival escribiendo a info@recstores.com.

Como siempre, Rec.0 ofrecerá además una programación cultural con conciertos, visitas guiadas, mesas redondas, talleres, entre otros, y una gran fiesta gastronómica de comida callejera.

La Asociación de Empresarios Textiles de la Comunidad Valenciana (Ateval) organiza THE DESIGN ROOM Madrid

El evento tiene lugar el próximo 8 de febrero en el Hotel Ritz de Madrid, organizado por ANIEME - MUEBLE DE ESPAÑA, Asociación Española de Fabricantes de Muebles y Afines; ATEVAL - HOME TEXTILES FROM SPAIN, Asociación Empresarios Textiles de la Comunidad Valenciana; y FEDAI - LIGHTING FROM SPAIN, Asociación Española de Fabricantes de iluminación.

ATEVAL invita a los profesionales del sector a esta exclusiva exposición de producto THE DESIGN ROOM Madrid (focus: canal prescripción) en el hotel Ritz.

El evento tendrá lugar el jueves 8 de febrero, en horario de 10.00 a 19.00 hrs. Durante esta jornada, distintas marcas españolas de muebles, textiles e iluminación especializadas en el amueblamiento de instalaciones, presentarán sus nuevas colecciones a los profesionales del canal contract asistentes.

Los asistentes podrán ver las novedades y hablar directamente con los responsables comerciales de cada marca; así como compartir un café o tentempié en un espacio exclusivo.

El acceso es limitado, gratuito y exclusivo para profesionales, previa inscripción.

Para control de aforo, es necesario un formulario por persona.

Estas son las marcas que formarán parte de la exposición: Actiu, Akaba, Alexandra, Cabanes & Ortuño, Cerdá Fabrics, Destiny Decor, Ezpeleta, GAN, Gandía Blasco, Interface, IDP Lampshades, ISIMAR, Ismobel, Mobboli, Naturtex, Perobell, Roco, Sky Line, TM Leader Contract y Woolcan.

Organizado por:

ANIEME - MUEBLE DE ESPAÑA

Asociación Española de Fabricantes de Muebles y Afines
www.anieme.com / www.muebledeespana.com

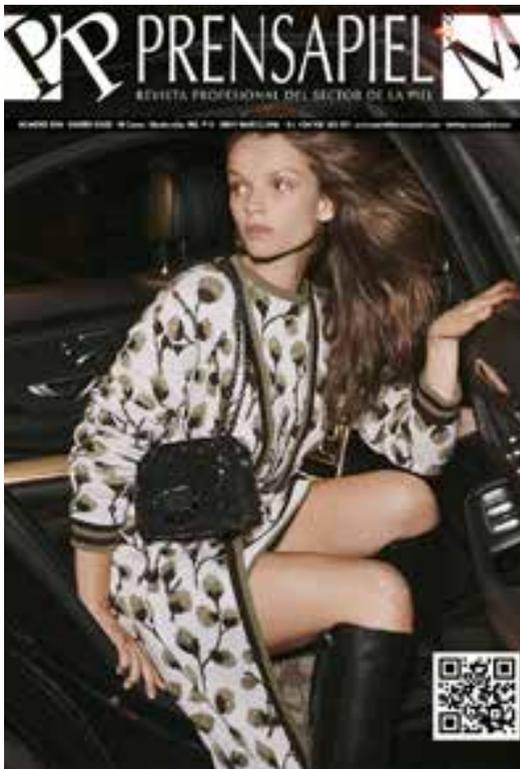
ATEVAL - HOME TEXTILES FROM SPAIN

Asociación Empresarios Textiles de la Comunidad Valenciana
www.ateval.com / www.hometextilesfromspain.com

FEDAI - LIGHTING FROM SPAIN

Asociación Española de Fabricantes de iluminación
www.fedai-dec.com / www.lightingspain.com





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:

