

PUNTO MODA

NÚMERO 354 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

**58 años de tradición
y 5ª generación de sastres:
así es Seligra, el apellido que
une tradición y vanguardia en
la confección de trajes
a medida**

**Zara Home estrena
en Portugal la primera tienda
for&from para la integración
de personas con discapacidad**

ENCUENTRANOS EN



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:
UNOde50

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

Redacción:
José Antonio Blanco - Elena Sisó

Departamento Comercial:
essl@edicionessibila.com

Administración:
essl@edicionessibila.com

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

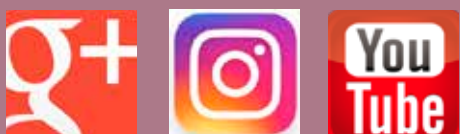
ISSN 2564-8993

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



PUNTO MODA

tym
textil y moda



El sector moda triunfa en Las Top 100 Mujeres Líderes: de Marta Ortega a Dora Casal, pasando por Ester Cerdán, entre otras muchas



En ese ranking hubo numerosas mujeres vinculadas con el mundo de la moda, lo que refleja la importancia que tiene el sector tanto a nivel económico como social en España. Dora Casal Domínguez, CEO de Roberto Verino, fue seleccionada en la categoría de altas ejecutivas y CEOs. Laura Redondo Rivera, directora de compras de Tendam Global Fashion Retail, hizo lo propio en el área de directivas.

Dentro de la categoría de empresarias fueron protagonistas Marta Álvarez Guil como presidenta de El Corte Inglés, así como Adriana Domínguez por su función de consejera delegada de Adolfo Domínguez, Marta Ortega (presidenta Inditex) y Rosa Tous Oriol (vicepresidenta de TOUS y presidenta de ANDEMA).

En cultura, ocio y deporte el nombre propio fue el de Sheila Loewe como presidenta de la fundación Loewe. En lo que respecta a las startups y pymes, la seleccionada fue Ester Cerdán como CEO y confundadora de Laura Bernal - BC4 Evolution.

La gala, celebrada por Magas de EL ESPAÑOL y retransmitida en directo por atresplayer de Atresmedia, estuvo conducida por la periodista Sonsoles Ónega y contó con las actuaciones musicales de Soraya Arnelas, Conchita y Chanel.

Las diez diferentes categorías de 'Las Top 100 Mujeres Líderes' han recibido a sus nuevos miembros: académicas e investigadoras; altas ejecutivas y CEO; cultura, ocio y deporte; directivas; empresarias; función pública, institucional e impacto social; medios de comunicación; políticas; profesionales independientes y consejeras; startups y Pymes y 'Top 10 Exterior'.

Numerosos rostros de la actualidad política como Margarita Robles, ministra de Defensa; Cuca Gamarra, secretaria general del PP; Carolina España, consejera de economía de la Junta de Andalucía, o Reyes Maroto, portavoz del grupo socialista en el Ayuntamiento de Madrid, acudieron al evento como muestra de su apoyo al talento y la innovación impulsada por mujeres.

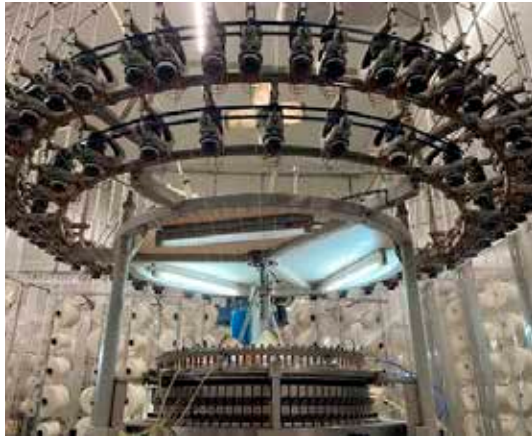
Entre los asistentes también se encontraban Pedro J. Ramírez, presidente y director de EL ESPAÑOL; Cruz Sánchez de Lara, vicepresidenta ejecutiva de EL ESPAÑOL y editora de Magas y Mercedes Wullich, fundadora de 'Las Top 100 Mujeres Líderes en España'.

También acudieron a la cita reconocidos periodistas de Atresmedia como Susanna Griso, Roberto Brasero, Helena Resano, Inés García o Verónica Sanz. Igualmente estuvieron presentes caras del mundo del espectáculo como Carlos Latre o los humoristas Cristina Gallego y Miguel Lago, así como referentes del sector moda como Roberto Verino o del mundo de la cultura.

Las Top 100 Mujeres Líderes se eligieron a través de más de 100.000 votos recogidos de manera online, a los que se sumó la deliberación de 54 grandes personalidades del mundo de la ciencia, la tecnología, la empresa, la comunicación o las artes, entre otras disciplinas. Tras este doble proceso, 110 nuevas mujeres forman parte de la prestigiosa lista que reconoce el potencial femenino tanto nacional como internacional.

'Las Top 100 Mujeres Líderes en España' es el ranking de referencia del liderazgo femenino nacional que engloba los ámbitos de la empresa, la economía, la cultura, el pensamiento, el deporte y los medios de comunicación.

Adolfo Domínguez se alía con Pyratex para innovar y sumar sostenibilidad a sus colecciones



Pyratex se especializa desde 2014 en el desarrollo de tejidos a partir de nuevas fibras orgánicas o recicladas, que destacan por sus cualidades sostenibles y su producción local.

La iniciativa se enmarca en el empeño de Adolfo Domínguez por transformar en positivo el impacto de su actividad en el medioambiente. El acuerdo extiende la colaboración entre Adolfo Domínguez y Pyratex, que ya co-producen una selección de camisetas y sudaderas de la marca.

La nueva alianza permitirá a la firma de moda de autor el acceso preferente a los tejidos innovadores generados de Pyratex, así como al desarrollo de tejidos junto con la start-up textil. En los últimos años, Pyratex ha desarrollado tejidos a partir de flores Kapok, residuos agrícolas o algas del Atlántico Norte.

Ambas compañías trabajarán de manera conjunta para avanzar en la formación y sensibilización en sostenibilidad e innovaciones textiles.

Zara Home estrena en Portugal la primera tienda for&from para la integración de personas con discapacidad



El Programa for & from, que cuenta actualmente con 16 tiendas de marcas de Inditex, tiene como objetivo la integración social y laboral de personas con diferentes tipos de discapacidad y ha generado oportunidades laborales para más de 750 personas y beneficios económicos para las organizaciones gestoras por valor de 8 millones de euros.

Daniel Ervér, nuevo Presidente y CEO del grupo H&M



La junta directiva de H&M Hennes & Mauritz AB ha nombrado a Daniel Ervér, responsable de la marca H&M, como nuevo Presidente y CEO del grupo H&M. Ervér sucede a Helena Helmersson, quien ha decidido renunciar como CEO, después de trabajar durante 26 años para el grupo H&M.

Daniel Ervér, nacido en 1981, ha trabajado dentro del grupo H&M durante 18 años en varios roles en diferentes partes de la empresa, siendo su último cargo el de jefe de H&M, que es la marca más grande dentro del grupo H&M. Daniel, quien asume como CEO, continuará siendo responsable operativo de H&M, lo que significa que no se designará a un sucesor para Daniel como jefe de H&M.

Daniel Ervér tiene 42 años y ha trabajado en el grupo H&M durante 18 años, de los cuales los últimos cuatro años ha sido responsable de H&M.

Comenzó como becario de verano en 2005 y luego se convirtió en controlador en 2006. Desde entonces, Daniel ha sido responsable de mercadotecnia en H&M en Alemania y Estados Unidos, gerente de país para H&M en Suecia, gerente de compras para H&M y responsable de H&M para mujeres y hombres.

Daniel ha estudiado una Maestría en Ciencias en Administración de Empresas en la Universidad de Gotemburgo y ha realizado un intercambio con la Escuela de Negocios ESSEC en París, Francia.

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

58 años de tradición y 5ª generación de sastres: así es Seligra, el apellido que une tradición y vanguardia en la confección de trajes a medida



En el tejido mismo de Valencia, hay un apellido que ha marcado cinco generaciones y 58 años de distinción en el mundo de la sastrería a medida: Seligra. Desde que Víctor Seligra abriera las puertas de su sastrería en 1965, esta casa de moda masculina ha tejido una historia de elegancia y exclusividad que ha llegado hasta la actualidad.

Víctor Seligra, un visionario de la moda masculina, convirtió su sastrería en un punto de referencia internacional. A la cabeza del negocio desde hace 8 años, Adrián está llevando a Seligra a una "nueva era". La inauguración de la nueva boutique/sastrería marca un cambio de ciclo. Después de casi 50 años en la misma ubicación, Seligra se muda a una nueva tienda de casi 160 metros cuadrados en la misma calle, manteniendo su esencia pero adaptándose a los nuevos tiempos ya que es un espacio muy ligado a la experiencia del cliente donde se busca también atraer al público joven, que será el que haga regenerar la firma y que el negocio siga vivo.

Elementos de la tienda original se trasladan, rindiendo homenaje a la historia, mientras nuevos espacios reflejan la visión única de Adrián Seligra. "Somos los de siempre, pero adaptándonos a los nuevos tiempos y, muy importante, dándole mi estilo y mi esencia", enfatiza.

La transición de Seligra a esta "nueva era" es un hito que no pasa desapercibido. La tienda, la experiencia del cliente y el enfoque hacia las nuevas generaciones son aspectos clave. Un cambio de ciclo que se adapta a las nuevas generaciones pero preservando la esencia familiar del saber hacer. Una fusión perfecta de tradición, innovación y vanguardia para todos aquellos que quieran disfrutar de la experiencia única del arte de la sastrería.

El Cabildo da la bienvenida a los nuevos becarios de Moda Cálida que pasarán seis meses en el taller de un diseñador



La consejera de Desarrollo Económico del Cabildo de Gran Canaria, Minerva Alonso, recibió la semana pasada a los diez nuevos becarios del programa Moda Cálida, la mitad de los cuales provienen de la Escuela Superior de Diseño y la otra mitad del ciclo de Moda del Instituto La Minilla, a quienes dio la bienvenida a esta nueva etapa en sus carreras formativas y deseó "la mayor de las suertes para que esta experiencia les sirva no sólo de aprendizaje sino que se convierta en la puerta de entrada al programa Moda Cálida y a el desempeño profesional del oficio para el que se están formando, en definitiva".

Y es que, como cada año, cada uno de los centros recibe una subvención de 20.000 euros -4.000 euros por alumno- para cubrir las prácticas de cinco de ellos en algún taller de un diseñador o diseñadora grancanario. Una beca que fue la puerta de entrada de algunos diseñadores, precisamente, o de parte de su actual personal, como la jefa de taller de Aurelia Gil, o dos de las personas que María González tiene ya en plantilla y que en su día fueron becarios del programa.

Los alumnos por su parte además de presentarse explicaron a qué sector se quieren dedicar -desde baño a ceremonia o prêt à porter- y sus preferencias en cuanto al taller en el que les gustaría recalcar, para que ahora desde el programa intenten encajarlas teniendo en cuenta también las necesidades del diseñador.

Maitena Vega, la diseñadora vasca que traslada Euskadi a la ropa: materiales sostenibles y recuerdo de su infancia



Bañadores con materiales sostenibles, colecciones que reflejan sus sentimientos por Euskadi y el impulso de las tradicionales venecianas para llevarlas hasta Londres y París. Son algunos de los logros creativos conseguidos por Maitena Vega (Getxo, 1985), uno de los nombres más relevantes de la actualidad en la moda vasca y española.

Entre otras cosas, Vega ha recibido varios premios por su impulso de la moda sostenible. Fue finalista en 2020 al Premio Nacional de Moda de Baño. Y recientemente ha sido protagonista en GetxoModa por su colección Bihotzez, donde refleja las tradiciones de su Euskadi natal en patrones de moda más actuales e innovadores. Una muestra del cariño a su infancia y de la memoria pese a los giros radicales de su vida profesional.

La diseñadora vasca fue Head of Tech de la boutique de alta costura JANTAMINIAU, creó su propia marca Soplum Vitem y ahora ejerce de jefa creativa de la zapatería Flabelus, que mediante el diseño de las tradicionales venecianas ha conseguido alcanzar los mercados de Londres y París. Un éxito del que se enorgullecen quienes la vieron iniciar.

Desde LCI Barcelona reconocen su potencial, así como la valentía por apostar por algo tan complicado como la moda sostenible. Por esta escuela han pasado nombres de gran relevancia del panorama actual como María Escoté o Juan Vidal.

Nueva The Trackside Collection de Deus Ex Machina



Estos estilos son toda una declaración pública de la marca sobre el renacimiento de las moicanas y el vello facial cuestionable, y es un rotundo Sí. La enseña añora los días en los que no se podía distinguir entre un piloto de NASCAR y el carnicero local.

Por todo ello, Deus Ex Machina ha cogido ese je ne sais quoi de un fumador empedernido, americano medio y mujeriego que sale disparado a 200 mph entre multitudes ruidosas, ha rebajado el machismo y ha añadido un poco de modernidad a la logomanía de los setenta para crear una propuesta que es más Michele Mouton que Ricky Bobby.

Georgina Rodríguez vuelve a protagonizar la nueva campaña de Guess esta Primavera- Verano 2024



Fotografiada en Vereda del Cortijo, Madrid, una finca de lujo apartada con impresionantes vistas a la sierra de Guadarrama, esta ubicación continental se adapta perfectamente al ambiente de diva de la década de 1950 de las imágenes en blanco y negro.

Paul Marciano dijo: "Elegí a Georgina Rodríguez nuevamente como el rostro de la campaña debido a su dedicación a su trabajo, su compromiso y pasión por la marca. También la admiro por sus valores personales y la importancia que le da a la familia. Fue fabuloso trabajar con ella nuevamente; la campaña es simplemente increíble y realmente capturó el estado de ánimo que quería transmitir para la nueva temporada".

René Furterer Color Glow



La nueva gama para cabellos teñidos y con mechas de René Furterer, ofrece una solución completa a los requisitos específicos del cabello. Gracias a sus fórmulas hasta un 98% naturales, con ingredientes que protegen y prolongan el color, reparan profundamente la fibra y ofrecen un brillo único.

Las texturas y la fragancia del trío de productos Color Glow, transforman el cuidado del cabello teñido y con mechas en un momento de bienestar.

Fundente, cremosa, envolvente, pero no pesada,... cada una de las fórmulas difunde una fragancia natural, adictiva, afrutada y floral.

Tan agradable de usar como respetuosa con el cabello, cuero cabelludo y el planeta, la gama no contiene sulfatos para una mayor suavidad, vegana, biodegradable y sin silicona, alcohol, parabenos, fenoxietanol ni PEG.

EL CHAMPÚ PROTECTOR COLOR

El escudo que evita la pérdida del color

LA MASCARILLA REPARACIÓN BRILLO y

LA CREMA BRILLO TERMOPROTECTORA

El cuidado experto 100% brillo

Eau Thermale Avène Hyaluron Activ B3

Perfecta como cuidado de día, cuidado de noche o como mascarilla, el Aqua Gel-Crema se adapta a todas las rutinas y usos con el mismo éxito. Como crema, día o noche, el 99% de las mujeres experimentan una mejora de su piel, y el 100%, tras su uso como mascarilla durante 20 minutos!

Niacinamida 6% + Ácido hialurónico + Aceite de aguacate, un trío ultraeficaz

En dosis elevadas, la Niacinamida reduce arrugas y líneas de expresión, mejora la elasticidad de la piel y reduce el estrés oxidativo. El ácido hialurónico, de alto peso molecular, rellena e hidrata la piel, mientras que el ácido hialurónico de bajo peso molecular actúa en profundidad para recargar la piel de ácido hialurónico.

El aceite de aguacate deja la piel suave, fresca y flexible.



Kantar Worldpanel mejora el panel de beauty



Kantar Worldpanel, líder mundial en el conocimiento del comprador y el consumidor a través de sus paneles de compra y uso, ampliará su panel de Beauty en España hasta 22.000 individuos, para proporcionar a los clientes, fabricantes y distribuidores, una comprensión más profunda del comprador y de las categorías de belleza.

Gracias a esta mejora, sumado a la metodología de recogida y sus equipos de Analytics, Kantar podrá ofrecer:

- Una mayor granularidad para la lectura de datos.
- Mayor precisión, detalle y capacidad analítica, gracias a una lectura de EAN.
- Mayor flexibilidad y rapidez en actualización de diccionarios para responder a la dinámica del sector.
- Mayor conexión con las diferentes dimensiones del consumidor: cómo compra, cómo piensa y cómo es impactado por los distintos medios.

La mejora del panel de consumidores en España forma parte de la estrategia de innovación continua de Kantar Worldpanel.


EL ALGODÓN EUROPEO ES UN PRODUCTO DE CALIDAD Y SOSTENIBLE

Europa diseña un futuro sostenible

CON ALGODÓN EUROPEO



eucotton.eu

 [eu_cotton](#)

 [EU Cotton](#)

El contenido de esta campaña de promoción representa únicamente las opiniones del autor y es de su exclusiva responsabilidad. La Comisión Europea y la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA) no aceptan ninguna responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

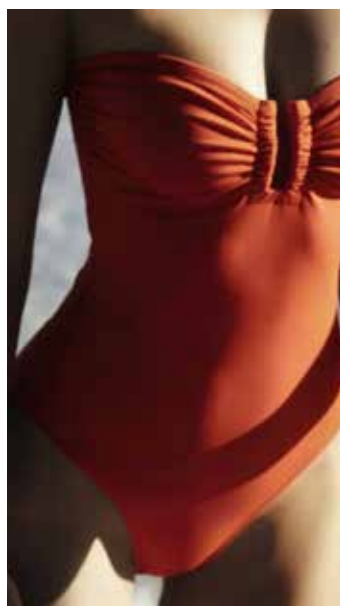
Dolores Cortés Colección Pasarela 2024



Los estampados, siempre seña de Dolores Cortés, toman como referencia jardines de playas doradas, junglas, manantiales, cumbres volcánicas, todo un paraíso de color y vida, además de su simbología cromática con lo sagrado y la protección cósmica que dan como resultado prints selváticos, tropicales y de ambiente totémico en tonos cálidos.

Combinando tradición y modernidad, al igual que en la cultura balinesa, la diseñadora combina piezas en rafias naturales handmade con sus característicos estampados posicionados.

ERES lanza la esperada campaña de su colección P/V 2024



Este verano, la colección ERES evoca un sugerente y refrescante viaje al borde del mar, protagonizado por la modelo Edita Vilkeviciute. Junto a ella, una paleta de colores vivos bañados por el sol y detalles distintivos inspirados en la artesanía de todo el mundo son los protagonistas. Todo por soñar con la evasión.

Celebra San Valentín con la lencería más seductora, los diseños Harmony Spotlight de TRIUMPH



Una buena pareja puede ser inesperada.

Este San Valentín le da un nuevo significado a... It's a match. Porque en cuestiones de amor y lencería, las mejores parejas suelen ser las inesperadas.

Porque cuando se trata de a quién o qué amas, no hay bien o mal. Se trata de disfrutar de la maravillosa imprevisibilidad de tus elecciones. Una celebración del amor en todas sus formas.

Cada pareja inesperada cuenta una historia personal. Tu estilo. Tu individualidad. Este mes de febrero, crea una pareja inesperada exclusivamente tuya.

Lencería rosa de talk under light, el mejor regalo por San Valentín



Comodidad, sostenibilidad y sensualidad. Estos conceptos definen a la perfección los conjuntos lenceros de la marca barcelonesa, talk under light. Diseños básicos, a temporales, pensados para las mujeres, confeccionados en algodón orgánico y perfectos para regalar este San Valentín a una mujer que busca confort, por supuesto, en color rosa. ¡Porque el romance y la modernidad no están reñidos!



PRIVATA

WWW.PRIVATA.COM

Islandia III, el abrigo de Joma infalible contra el frío y que ha elegido el presidente del Gobierno español, Pedro Sánchez para acudir al Foro de Davos



Concretamente, el abrigo Islandia III destaca dentro de las colecciones para esta época del año por su alto nivel de confort y aislamiento térmico combinado con un elegante estilo casual. Por eso, es perfecto para ponérselo en cualquier momento.

De hecho, el anorak Islandia III, disponible tanto en tallas junior como adulto, se encuentra dentro de la colección del Comité Olímpico Español y de la uniformidad de los equipos de fútbol de Joma, especialmente para aquellos sponsors de países escandinavos. Esto se debe a la versatilidad de la prenda, acompañada por un diseño minimal ideal para la vida diaria y para las actividades al aire libre.

Su corte 3/4 incorpora cierre con cremallera completa y solapa windproof y waterproof que consigue un aislamiento total. Cuenta con capucha acabada en elástico y ajuste en los puños. Además, está equipado con dos bolsillos delanteros con doble cremallera para abrir en cualquier dirección y facilitar un acceso rápido, aparte de otro pequeño interior que proporciona espacio extra.

Por otro lado, el abrigo Islandia III está forrado con tejido polar, de manera que ofrece una calidez excepcional y una agradable sensación al llevarlo. Su acolchado también ayuda a proteger contra el frío mientras se mantiene la ligereza de la prenda y se mejora la movilidad.

Ir cómodo, abrigado y con estilo a la nieve es posible con el modelo Alpine de Xero Shoes



Además de acogedor y cálido, este modelo evita que el frío y la humedad penetren dentro del zapato gracias a su forro interno completamente sellado y una membrana resistente al agua en la parte superior de la bota. Su revestimiento interior de forro polar mantiene los dedos del pie cálidos, mientras que la plantilla termoprotectora añade comodidad, aunque esta se puede retirar para una sensación más barefoot.

El diseño contiene 200 g. de aislamiento, por lo que es apta para entornos de hasta -32°C , haciéndolas ideales para diversas actividades invernales como el senderismo, las raquetas de nieve, after ski, entre otras.

Comprometidos con la sostenibilidad, Xero Shoes garantiza que el modelo Alpine es 100% vegano. Disponible en diversas tallas y colores, adaptados a los modelos masculinos y femeninos, esta opción es ideal para todos los gustos, además de ser vegana.

St. Moritz Insulated 2.0 Jacket: la chaqueta de esquí de Helly Hansen más soft



Estética atemporal y esquí de lujo, diseño y tecnologías de calidad conforman la nueva colección HOD de Helly Hansen dedicada al esquí. La marca explora nuevos temas en la colección femenina para este Invierno 2024 y se inspira en patrones y elementos de diseño icónicos del mundo de la alta costura. La St. Moritz Insulated 2.0 Jacket para mujer ofrece una calidez, comodidad y versatilidad óptimas en un diseño sofisticado con un estampado de pata de gallo de primera calidad.

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



La UMH, INESCOP y PANTER presentan cómo será el calzado del futuro



La Universidad Miguel Hernández (UMH) de Elche, el Centro Tecnológico del Calzado (Inescop), y la reconocida empresa de calzado de seguridad PANTER®, han unido fuerzas en un proyecto pionero centrado en el desarrollo de un calzado de intervención inteligente mediante tecnologías robóticas e inteligencia artificial.

Esta iniciativa innovadora busca superar los estándares establecidos para el calzado de equipos de emergencia, yendo más allá de los requisitos normativos para Equipos de Protección Individual (EPI). El proyecto, después de tres años de dedicación, ha culminado en el desarrollo de unas botas que no solo cumplen con dichos estándares, sino que también facilitan la movilidad y reducen de manera significativa la fatiga y el consumo energético.

El proyecto se centra en la creación de un exoesqueleto que se acopla de manera efectiva al calzado profesional, facilitando la movilidad y reduciendo la fatiga en entornos exigentes y estresantes. Este avance está especialmente pensado para profesionales de servicios de emergencia, cuerpos de bomberos, fuerzas armadas y equipos de intervención, cuyas ocupaciones implican jornadas laborales prolongadas o un elevado gasto energético.

Los resultados de las pruebas en laboratorio confirman una reducción del consumo de oxígeno entre un 13% y un 15% durante marchas exigentes con un peso de 15 kg. Según el catedrático de la UMH, Nicolás García, estos resultados prometedores sugieren que una disminución de este tipo puede correlacionarse con una reducción en la fatiga, mejorando así la intervención de los equipos de emergencia y reduciendo el riesgo de accidentes o lesiones en sus actuaciones.

Las botas robotizadas son capaces de operar de manera completamente autónoma. Al eliminar la necesidad de supervisar constantemente las botas, los usuarios pueden concentrarse plenamente en la tarea específica que están realizando. Están equipadas con baterías intercambiables que permiten una gestión eficiente de la energía. Cuentan con pulsadores de ajuste del nivel de asistencia, lo cual hace posible su adaptación a las diferentes necesidades y situaciones. Esto garantiza una mayor flexibilidad y personalización según los requisitos específicos de la tarea o del usuario.

Esta iniciativa se enmarca en el proyecto EXOEPI, financiado por la Agencia Valenciana de Innovación (AVI) dentro de la línea de proyectos estratégicos. El proyecto está coordinado por la directora de I+D de INESCOP, Francisca Aran, quien trabaja en colaboración con el catedrático del Instituto de Bioingeniería de la UMH Nicolás García Aracil. El consorcio se completa con la participación de PANTER®, empresa 100% española, que coordina los trabajos y recursos para el desarrollo de esta bota robótica, apostando por la inclusión en el mercado de este novedoso producto.

La comercialización de este innovador prototipo aún se encuentra en proceso, pendiente de la aprobación de una normativa específica para sistemas robotizados de este tipo.

Descubre las zapatillas Skechers que necesitas para conseguir un look romántico este San Valentín



Además de postularse como un regalo perfecto para mantener la pasión de esta romántica jornada durante todo el año, estas propuestas de ultimísima moda de Skechers te permitirán atraer todas las miradas en las celebraciones de esta noche tan señalada. Color rojo pasión, dulces tonos rosas y muchos corazones envuelven a la referencia de la moda urbana más actual, el modelo UNO original, para convertirlo en una apuesta superfashion definitiva para los fans del Día de San Valentín. Además, esta romántica apuesta también es una garantía de comodidad, gracias a su plantilla Air Cooled Memory Foam® y a su cuña de plataforma con media suela con cámara de aire visible Skech-Air®.

Todo al rosa

Los modelos de la familia se visten íntegramente de rosa para que puedas ser la más cool de todas este San Valentín. Con la siempre seductora cámara de aire visible Skech-Air® y su apuesta por los monocromos en la tan de moda gama de los rosas (de los más suaves a los más vibrantes), estos inspiradores modelos clásicos de estilo runner son sin duda una de las apuestas más bonitas y molonas para celebrar la gran fiesta del amor.

Con corazones

La exclusiva colección Skechers x JGoldcrown, con los modelos más icónicos de la marca decorados con los universalmente reconocibles corazones de colores del artista urbano James Goldcrown, es ya un imprescindible del Día de San Valentín. Con esta nueva forma de forma de calzar arte y celebrar el amor podrás lucir moda, amor y romanticismo, mientras presumes del característico estilo urbano de Skechers y disfrutas de la imbatible comodidad de The Comfort Technology Company™. Además, son el regalo perfecto para demostrar tu devoción por tu crush en la jornada universal del amor romántico.

Fuego y pasión

La colaboración del ilustrador español Ricardo Cavolo con Skechers es ya una de las más aplaudidas por los adictos a la moda urbana más versátil y cómoda. La sencillez del diseño del corazón en llamas aporta elegancia a esta zapatilla de piel suave que aspira a convertirse en uno de tus clásicos para marcar tendencia, ya sea el Día de San Valentín o cualquier otra jornada del año en la que quieras expresar tu amor a través de tu outfit.

Martinelli: el oxford clásico con aire lady

El zapato masculino más clásico, el oxford ha traspasado las fronteras para convertirse en la opción perfecta para dar un toque de elegancia y distinción a un look. Los complementos de aspecto masculino aportan un aire de sofisticación a los outfits más clásicos de pantalón o traje y dan un toque fresco a las opciones de vestidos o faldas siguiendo la actual tendencia colegial.

Martinelli ha sido capaz de plasmar a la perfección la elegancia y calidad de sus diseños masculinos creando la propuesta de oxford más femenina, Moscova, un modelo de línea clásica con un acordeonado y en piel perforada negra o marrón ideal para cambiar por los botas y botines y empezar a recibir los días de sol.



Crocs y Hello Kitty: una colección que despierta fantasía, marcando un nuevo capítulo en la moda



La comodidad se encuentra con la fantasía en una colección que captura las cualidades de ambos iconos: calidez, inclusión, amabilidad, comunidad y amistad. Con detalles encantadores y un toque de elegancia lúdica, esta fusión promete llevar la experiencia del calzado a un nivel completamente nuevo.

Como parte de la celebración de los 50 años de Hello Kitty, el Zueco Hello Kitty Siren Clog se presenta como una joya única en la colección.

HIDN-ANDER presenta su modelo Mega T



La parte superior está fabricada en ante y piel, mientras que la suela exterior es de perfil bajo y de goma retro. Un buen ejemplo de nuestro enfoque sostenible del diseño. HIDN-ANDER® mezcla culturas para construir un mundo nuevo y audaz. Fabricado en Italia.

Lady Kate, la bota atemporal de Javier Morato perfecta para tus looks de invierno



De estilo cazador y elaboradas artesanalmente en piel de serraje, LADY KATE se inspira en las cacerías de la princesa británica para dar lugar a una bota clásica y atemporal. Una exclusiva pieza de menestralía fabricada en el pueblo onubense de Valverde del Camino, cuna de los mejores maestros zapateros.

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**

Acuerdo entre Sustainable Fashion Week (SFW) y Panamá



La Ministra de Turismo de Panamá, Denisse Guillén, en el marco de FITUR se ha reunido en Madrid con la CEO y Fundadora del grupo Español Sustainable Fashion, creador de todas las semanas de la moda sostenible de España, Bélgica, Holanda y Luxemburgo, para firmar el acuerdo que convertirá a Panamá en la capital de la moda sostenible de Centroamérica.

Las prioridades de la política de sostenibilidad del grupo europeo y ante el actual panorama internacional Panamá y SFW se unen con el objetivo de tener mayor fuerza, visibilidad, capacidad de acción y juntos van a promover la diversificación de las cadenas globales de valor en el marco de la sostenibilidad.

El grupo español apuesta por Panamá como epicentro en Latinoamérica de su Sustainable Fashion Week, movimiento internacional que celebrará la primera edición de Centroamérica en septiembre del 2024 un impulso definitivo para la sostenibilidad en el País.

Este año Ariana Onno celebrará la tercera edición de Barcelona Sustainable Fashion Week en la antigua fábrica de Estrella Damm y considera que una de las líneas prioritarias para la próxima edición es acompañar en la transición a las marcas que hacen moda convencional hacia la moda sostenible. Denisse Guillén apuesta por la sostenibilidad y comenta que en Panamá están muy receptivos hacia el camino de la sostenibilidad.

FASHN ROOMS & Neonyt Düsseldorf exhiben con éxito sus sinergias



Por tercer año consecutivo, Igedo Exhibitions organizó Neonyt junto con FASHN ROOMS en el área de Böhler de Düsseldorf.

Para aunar las sinergias entre ambos certámenes, se eligió un concepto integral y sostenible: una base comunicativa para las actividades de sostenibilidad de las marcas participantes de ambos formatos, desarrollo de los formatos de contenido, lo que proporciona caminos aún más rápidos para los compradores! ¡Resultando en sinergias visibles y medibles para socios, expositores y visitantes!

Además de colecciones elegantes, en enero se presentaron nuevas tecnologías, productos e innovaciones futuras: ideas y estrategias avanzadas para centros urbanos orientados hacia el futuro en línea con el Green Deal.

Tanto en el concepto de showroom, que como siempre comenzó un día antes, como en las marcas de FASHN ROOMS, se realizaron pedidos prometedores en el área de Böhler durante los principales días de pedidos. Muchos expositores también se alegraron de tener nuevos clientes internacionales.

Ambas plataformas valen la pena para prolongar significativamente el tiempo de permanencia en la ubicación.

Importantes ponencias sobre temas como el comercio minorista del futuro, espacios de vida vitales o economía circular en la moda llevaron a muchos visitantes especializados, además de la visualización de colecciones emocionantes, al área de Böhler.

Tres días, todo en un solo lugar, donde se percibía un constante murmullo vibrante.

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid reúne en su 79ª edición el talento creativo de 21 diseñadores

El pasado 7 de febrero fue presentada la pasarela Mercedes-Benz Fashion Week Madrid dentro del contexto de la Semana de la Moda de Madrid, en el Centro Comercial Caleido. La cita ha contado con la participación de Engracia Hidalgo, delegada del área de gobierno de Economía, Innovación y Hacienda del Ayuntamiento de Madrid; Modesto Lomba, presidente de ACME, quien ha presentado la nueva edición de Madrid es Moda; y Juan Arrizabalaga, director general de IFEMA MADRID, que ha anunciado las claves de la próxima edición de MBFWMadrid, tras la bienvenida de la directora de CC Caleido, Beatriz Martín.



MBFWMadrid, la gran plataforma de la moda española ya tiene fechas para la celebración de su 79ª edición con el foco puesto en la presentación de las colecciones de otoño/invierno 24/25. El evento donde se concentrará todo el talento del diseño del país será del 15 al 19 de febrero bajo la organización de IFEMA MADRID (del 15 al 18 de febrero en el pabellón 14.1 del Recinto Ferial, y el día 19 se celebrarán los Desfiles en la Ciudad, que, en esta ocasión, se llevarán a cabo el día después de la pasarela Allianz EGO).

IFEMA MADRID exhibe esta semana la oferta de 1.500 empresas de los sectores del mueble, decoración y regalo, bisutería, joyería, moda, calzado y complementos

IFEMA MADRID vuelve a convertirse en el gran escaparate de novedades de los sectores del mueble, decoración y regalo, bisutería, joyería, moda, calzado y complementos, con motivo de la celebración de los salones Intergift, Bisutex, 'Madridplata y más by Madridjoya' y MOMAD, que se celebrarán del miércoles 7 al domingo 11 de febrero en los pabellones 1, 3, 4, 5, 6, 7 y 8 del Recinto Ferial de IFEMA MADRID.

Intergift inaugura esta gran convocatoria a partir del día 7 y hasta el 10 de febrero en los pabellones 1, 3, 5 y 7. La cita albergará una nueva campaña de Editores Textiles y Soluciones para el Interiorismo donde las firmas más prestigiosas a nivel internacional en edición textil, papeles pintados y revestimientos murales presentarán sus novedades y tendencias para el 2024 (pabellón 1); el área de HOME&DECO, centrada en mueble (también exterior) iluminación, textil de hogar y alta decoración (pabellón 3), elementos decorativos, flor artificial, velas, aromas y fragancias (pabellón 5) y todas las empresas representantes del sector Gift (pabellón 7).

Bisutex, del 8 al 11 en el pabellón 4, el gran evento comercial del sector de la bisutería y los complementos de moda mostrará las nuevas colecciones de cara a la próxima temporada de primavera/verano 2024 con más de 400 empresas y marcas tanto nacionales como

internacionales entre las que se incluyen grandes novedades en artículos de viaje y marroquinería. Como viene siendo habitual, contará con los espacios Archis, que reúnen una selección de productos de vanguardia y moda, y los stands Minis, que destacan por su originalidad y diseño, el escenario de promoción para diseñadores emergentes y artesanos.

Madridplata y más by Madridjoya

Del mismo modo, el sector joyero tiene su cita en 'Madridplata y más by Madridjoya' del 8 al 11 de febrero en el pabellón 6. El salón será concebido como el gran hito sectorial de la temporada para dar respuesta a la demanda del público para fechas tan señaladas como el Día de la Madre, o celebraciones de bodas, bautizos y comuniones tan características de la temporada primavera y verano. Madridplata y más by Madridjoya acogerá las últimas novedades en alta joyería, piezas de plata en línea casual y otras industrias afines.

MOMAD, por su parte, presentará la mayor oferta de la industria de la moda con más de 300 firmas exhibiendo su próxima colección para la temporada primavera verano 24 u otoño/invierno 24/25, de las cuales el 20% son marcas que participan por primera vez en la feria. Una vez más, la convocatoria muestra su apoyo a los jóvenes talentos con el concurso MOMAD Talents by ISEM y con la exposición



Talent Lab del CSDMM de la Universidad Politécnica de Madrid.

De este modo, IFEMA MADRID albergará el mayor encuentro de tendencias en bienes de consumo de todo el Sur de Europa congregando cerca de 1.500 empresas de los sectores de mueble, decoración y regalo, bisutería, joyería, moda, calzado y complementos del 7 al 11 de febrero de 2024.

El COACB convoca una nueva edición del Salón Expohogar del 5 al 7 de octubre



Bajo el mismo paraguas, Expohogar incluirá el próximo mes de octubre los espacios y oferta de Expohogar Decoración (Mobiliario y decoración, Decoración floral, Textil del hogar, Iluminación, Artesanía),

Expohogar Bisutería y Complementos by Expopell (Marroquinería, Bisutería, Complementos de moda, Artículos de viaje),

Expohogar Regaloby Exporegal (Regalo, Artículos promocionales, Papelería,

Souvenirs y Juguetes)

y Expohogar Joyería by BCNJoya (Joyería, Relojería, Platería y Maquinaria)

Esta nueva edición de esta nueva etapa, tendrá lugar del 5 al 7 de octubre de 2024, en el Pabellón 1 de Fira de Barcelona, gracias al acuerdo alcanzado entre el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Barcelona y Fira de Barcelona, tal y como ya avanzamos el pasado 3 de noviembre en edicionessibila.com

La I Feria de la Piel de Ubrique "Bajo la piel" se celebrará en marzo de 2024



La I Feria de la Piel de Ubrique "Bajo la Piel", que tendrá lugar del 21 al 24 de marzo de 2024, ha sido promocionada en la Feria Internacional de Turismo FITUR

2024.

A través de la Feria de la Piel se pretende vincular el Casco Histórico de Ubrique, declarado Bien de Interés Cultural, con la Industria de la Piel mediante un programa de actividades relacionadas con la marroquinería que incluye talleres, conferencias, actuaciones, exhibiciones y desfiles.

STEPPING STRONG
STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM