



# PRENSAPIEL

REVISTA PROFESIONAL DEL SECTOR DE LA PIEL



NÚMERO 299 · ABRIL 2024 · 18 Euros · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · [prensapiel@prensapiel.com](mailto:prensapiel@prensapiel.com) · [www.prensapiel.com](http://www.prensapiel.com)





STEPPING STRONG  
**STAMP**



[WWW.MYSTAMPBAG.COM](http://WWW.MYSTAMPBAG.COM)



**NUESTRA PORTADA:**  
Martinelli

**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

## Nueva investigación revela tendencias de consumo en la Comunidad Autónoma del País Vasco

*Qué y cómo compran los residentes de la Comunidad Autónoma del País Vasco (C.A.E.)*

Un estudio reciente, antes conocido como el Barómetro del Consumo, ha lanzado luz sobre los patrones de consumo de los residentes de la Comunidad Autónoma del País Vasco (C.A.E.), destacando aspectos clave como la capacidad de ahorro, la inclinación hacia el consumo, y el desglose del gasto por subsectores comerciales, informan fuentes de la Confederación de Comercio de Bizkaia (CECOBI).

La investigación también profundiza en las preferencias sobre los canales de compra, métodos de pago y la adopción de nuevos modelos de consumo, tanto online como offline, ofreciendo a los comercios vascos datos valiosos para adaptarse a las demandas del mercado.

Los datos de 2023 señalan que la inflación y la subida general de precios son las principales preocupaciones para los vascos, con un 34,6% de los encuestados identificándolo como el mayor problema, aunque esto representa una ligera disminución desde el pico del 50,2% del año anterior. A pesar de la reducción, la inflación sigue siendo una preocupación predominante.

La confianza del consumidor vasco, medida a través del Indicador de Confianza del Consumidor y Consumidora Vasca, se sitúa en 84,6 puntos este año, un aumento significativo desde los 62,7 puntos del año pasado. Sin embargo, este número todavía refleja un clima de desconfianza vinculado a la incertidumbre global, conflictos bélicos, y una inflación que, aunque menor que el año anterior, sigue impactando el poder adquisitivo. El estudio también muestra una lenta recuperación del consumo desde la pandemia, con el Indicador de Consumo alcanzando los 93,4 puntos, 3,4 puntos más que en 2022. Este aumento se atribuye a una normalización en la rotación de compra y un incremento en la frecuencia de gasto en alimentación, impulsado por la inflación.



Interesantemente, tanto el comercio local como el canal online han visto un incremento en el gasto de los consumidores. Un 21,2% de los encuestados indicó un aumento en el gasto en comercios locales, mientras que el consumo online muestra signos de ralentización en su crecimiento en comparación con el boom experimentado en 2020, durante la pandemia.

En el ámbito digital, casi la mitad de los consumidores vascos (49,7%) ha realizado alguna compra online en el último trimestre, con una predominancia de las webs generalistas de compras sobre las webs de tiendas específicas. Sin embargo, sólo un 10,9% de estas compras online se realizaron en comercios locales o de proximidad.

Este estudio de **Enfokamer** no solo proporciona una perspectiva detallada sobre los hábitos de consumo actuales en la C.A.E., sino que también ofrece una base sólida para que los comerciantes adapten sus estrategias a las tendencias emergentes, fortaleciendo así el tejido comercial local frente a los desafíos del mercado.

## Nace la Cátedra Internacional de Moda Andaluza Cremades & Calvo-Sotelo

*La firma de un convenio marco entre ESSDM, Centro de Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño, y el despacho de abogados Cremades & Calvo-Sotelo marca el inicio de una colaboración estratégica para la promoción y desarrollo de la moda andaluza a nivel internacional.*

Francisco José Fernández Romero, socio-director del despacho Cremades-Calvo & Sotelo Sevilla, Francisco Javier Valderrama Uceda, Director General de ESSDM y María Auxiliadora Cámara Cañaverl, Directora académica de ESSDM, han firmado un convenio marco para la creación de la Cátedra Internacional de Moda Andaluza Cremades & Calvo-Sotelo. Esta iniciativa tiene como objetivo impulsar la investigación, el desarrollo y la formación en el ámbito de la moda andaluza, con un especial enfoque en su internacionalización.

La Cátedra se suma a la trayectoria del Centro de Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño ESSDM en la formación de profesionales del diseño de moda, con más de 500 alumnos de diversos países que han participado en sus programas, incluyendo la Cátedra Internacional de Moda Flamenca en funcionamiento desde 2020. Esta última se ha centrado en la transmisión de las raíces flamencas aplicadas a la moda, contribuyendo a la internacionalización de la identidad andaluza.

"Para nosotros es fundamental la transferencia de conocimiento entre lo público y lo privado, enfocada a la economía y a ver empresa. Y para ello el sector de la moda es fundamental, porque la moda es turismo y el turismo es economía", señaló Francisco José Fernández Romero, socio-director del despacho Cremades-Calvo&Sotelo Sevilla.

El convenio permitirá ampliar el alcance de la Cátedra, incorporando la experiencia y el conocimiento de este prestigioso despacho de abogados en el ámbito del derecho empresarial, fiscal y contable. La visión estratégica y el conocimiento del mercado internacional de Fernández Romero será fundamental para el éxito de esta iniciativa.

Las áreas de actuación abarcan:

- Fomento de la investigación e innovación en el sector de la moda.
- Desarrollo de programas de formación continua y especializada para profesionales del sector.
- Organización de certámenes nacionales e internacionales de moda.
- Participación en misiones comerciales y estudios de mercado.
- Promoción del intercambio académico y la colaboración con expertos internacionales.

Esta unión de fuerzas representa un paso importante en la promoción de la moda andaluza a nivel internacional. La Cátedra Internacional de Moda Andaluza Cremades & Calvo-Sotelo se convierte en un espacio de encuentro para la investigación, la innovación y la formación de profesionales que impulsarán el sector hacia nuevos mercados.

Distribución

## Diagonal Mar, un centro accesible para personas autistas

*El centro comercial de referencia de Barcelona pone el foco en la importancia de crear espacios cognitivamente accesibles para que las personas autistas encuentren un entorno comprensible y seguro.*



Con motivo del Día Mundial de Concienciación sobre el Autismo, que se celebra el 2 de abril, el Centro Comercial Diagonal Mar ha anunciado la implementación de una serie de medidas permanentes para ser un espacio más inclusivo para personas con autismo y otras necesidades sensoriales.

### Medidas para un entorno más accesible:

**Reducción de la estimulación sensorial:** De lunes a viernes, entre las 15:00 y 16:00 horas, se reducirá la intensidad de la iluminación y se eliminará la música ambiental del centro comercial.

**Mochilas sensoriales:** Se ofrecerán mochilas sensoriales en préstamo, tanto para adultos como para niños, con diferentes elementos que ayuden a promover su bienestar y proporcionar una experiencia más satisfactoria.

**Formación del personal:** Capacitación en autismo: Durante los meses de abril y mayo, todos los equipos del centro comercial recibirán formación especializada por parte de la Fundación Aprenem Autisme que les permita identificar y atender las necesidades específicas de personas autistas con TEA, así como actuar ante posibles situaciones de crisis.

Sonia Contreras, gerente de Diagonal Mar, ha destacado la importancia de estas novedades: "En Diagonal Mar queremos que todas las personas se sientan acogidas y puedan disfrutar de una experiencia cómoda y agradable en nuestro centro. Con estas nuevas medidas, damos un paso adelante en nuestro compromiso con la inclusión y la accesibilidad".

El día Mundial de Concienciación sobre el Autismo, es una oportunidad para romper mitos y estereotipos sobre esta condición y una oportunidad para implementar mejoras que generen espacios amables para las personas autistas. Las medidas adoptadas por Diagonal Mar forman parte del compromiso continuo del centro comercial para la creación de un espacio donde todas las personas se sientan más integradas y son un paso importante para crear una sociedad más equitativa.

## El pulmón creativo andaluz imagen de la primavera Sevilla Fashion Outlet

*El destino de compras acoge uno de los principales escaparates del retail moda andaluz de la comunidad autónoma.*



La nueva ola creativa celebra los valores identitarios de la primavera en el sur en la última campaña de Sevilla Fashion Outlet, el espacio de compras premium referente en Andalucía occidental.

La cineasta Rocío Mesa, la Dj y cantante Dalila, los artistas plásticos Las Ánimas, la bailaora Paula Comitre, el pintor y galerista Seleká Muñoz y el diseñador Anel Yaos, nombres con el poderío de la escena creativa andaluza, protagonizan la última campaña digital de Sevilla Fashion Outlet, perteneciente al operador líder en destinos de compras premium VIA Outlets. El espacio se ha rodeado de este grupo de creativos con acento para celebrar el estilo que distingue al sur en primavera, teñido, como la obra de sus protagonistas, del folclore, las tradiciones y la identidad andaluzas.

Bajo el lema "Muy nuestra", la campaña quiere ser una celebración del estilo de vida y las tradiciones andaluzas, de "el hilo invisible" capaz de poner de acuerdo a una comunidad tan extensa como diversa.

Tras una reciente ampliación de sus instalaciones, Sevilla Fashion Outlet se ha convertido en uno de los principales puntos de interés para los entusiastas de la moda en el Sur de España.

Distribución

## Mango se alía con Victoria Beckham para el diseño de una nueva colección cápsula

*La nueva colección de Victoria Beckham para la marca, que coincide con el 40 aniversario de Mango, saldrá a la venta internacionalmente el 23 de abril de 2024.*

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, se alía con Victoria Beckham para lanzar una nueva colección cápsula, que estará disponible el 23 de abril de 2024. Victoria Beckham x Mango ha sido diseñada por Victoria Beckham y refleja la esencia de la firma homónima de la diseñadora, considerada como la mezcla perfecta del clásico lujo británico con un sutil toque contemporáneo, así como los valores compartidos de ambas firmas de moda, como la calidad y la feminidad.

La nueva colección, que coincide con el 40 aniversario de Mango, es la culminación de una serie de colaboraciones con otras firmas, artistas y talentos como SIMONMILLER, Camille Charrière o Pernille Teisbaek.

Esta última colaboración se enmarca en el nuevo Plan Estratégico 2024-26 presentado por la empresa

el pasado mes de marzo y reforzará Elevate, una de sus cuatro palancas. Elevate se centra en impulsar una propuesta de valor diferencial en todas las líneas a través de la aspiracionalidad, la calidad y un estilo propio diseñado en Barcelona, con un excelente servicio al cliente. Desde sus inicios, Mango cuenta con un ADN muy claro y una propuesta propia de diseño y estilo, cuyo principal atributo es un posicionamiento de calidad superior a sus competidores.

Además de la colección diseñada por Victoria Beckham, Mango cuenta con Capsule, su colección de eventos para mujer marcada por la calidad de sus materiales y acabados, así como por la exclusividad de sus prendas. Lanzada por primera vez el año pasado, este mes de marzo se ha presentado la nueva entrega de esta colección.



## NEINVER experimenta un crecimiento récord en toda su cartera con unas ventas de 1.480 M. de euros

*Esta cifra supone un incremento del 11% con respecto a 2022 y crecimientos récord mes a mes.*



En 2023, NEINVER protagonizó una fuerte actividad comercial en su portfolio europeo con la firma de 413 acuerdos comerciales y una ocupación media del 96,5%, muestra de que la demanda de espacios outlet sigue creciendo como consecuencia del aumento de las compras en este segmento.

## Krack ha abierto un nuevo punto de venta en Granada

*La cadena de calzado preparó un gran fiestón para celebrar su llegada a Granada.*

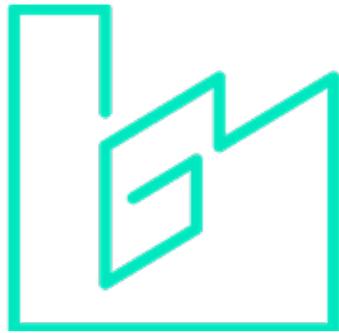


Krack no es solo una empresa de calzado, ¡es mucho más! Se trata de la apertura de su 5º punto de venta en el sur de nuestro país, y con un total de 48 entre España y Andorra.

Krack se ha consolidado como un referente en el sector del calzado, ofreciendo las últimas tendencias del momento y las mejores marcas.

## El proyecto Fábricas de Aprendizaje pretende marcar un antes y un después en el sector industrial del cuero y la piel

*Fábricas de Aprendizaje representa un salto en el paradigma en la Formación Profesional, desde el modelo tradicional hacia un enfoque totalmente nuevo.*



# LEARNING FACTORIES

Recientemente se ha lanzado un nuevo proyecto Erasmus+ dirigido a la formación innovadora en la industria de Artículos de Cuero, reuniendo a un consorcio europeo liderado por la PYME portuguesa Belcinto e incluyendo a Betangible (España), la Confederación Europea del Calzado - CEC (Bélgica), el Centro Tecnológico del Calzado de Portugal, la Fundación Centro Tecnológico de la Piel de Andalucía - MOVEX (España), la Universidad Técnica Gheorghe Asachi de Iasi-TUIASI (Rumanía) y Globalnet (Polonia).

### 150.000 empleos directos en toda Europa

El mercado de artículos de cuero actualmente emplea a más de 150,000 personas en Europa y representa un sector de alta gama que está creciendo exponencialmente, es altamente rentable y tiene un impacto en la economía de varios países europeos.

El sector actualmente se enfrenta a importantes desafíos, como el nivel insuficiente de trabajadores cualificados debido al rápido cambio tecnológico y a la falta de atracción y retención de estudiantes y trabajadores.

El proyecto denominado Fábricas de Aprendizaje tiene como objetivo revolucionar la forma en que funcionan la formación y las cualificaciones, proponiendo un nuevo esquema de programas de formación a corto plazo para la industria de artículos de cuero, que responden más rápidamente a las necesidades de habilidades de las empresas.

### Los resultados más relevantes y los impactos esperados serán:

- Revitalización de la Formación: El proyecto propone un nuevo esquema de planes de estudios de formación a corto

plazo, que supone un cambio significativo respecto a los planes de estudios tradicionales a largo plazo y rígidos. Esto permite una adquisición más rápida de habilidades y está más alineado con las necesidades de la industria.

- Cooperación entre Empresas y Proveedores de Formación Profesional (FP): Un nuevo modelo de cooperación que sitúa a las empresas en la vanguardia del proceso de formación. Esto garantiza que la formación esté en sincronía con las últimas tendencias e innovaciones de la industria.

- Planes de Estudio de FP Inicial y Continua de Alta Calidad: El proyecto tiene como objetivo desarrollar planes de estudio de Formación Profesional Inicial (FPI) y de Formación Profesional Continua (FPC) de alta calidad. Esto ayudará a atraer y preparar a empleados con las habilidades necesarias para apoyar la transición verde y digital, aumentando así la competitividad.

- Planes de Estudio a Corto Plazo Flexibles y Listos para Usar: El proyecto planea crear planes de estudio a corto plazo flexibles y listos para usar centrados en habilidades verdes y digitales. Estos planes de estudio están muy orientados a las necesidades de las empresas, conectando con los instrumentos de la UE y buscando el reconocimiento de cualificaciones.

- Adaptación a las Necesidades del Mercado Laboral: Los objetivos del proyecto están vinculados a la prioridad de adaptar la educación y la formación profesionales a las necesidades del mercado laboral y contribuir a la innovación en la educación y formación profesionales.

Al lograr estos objetivos, el proyecto Fábricas de Aprendizaje está listo para introducir un nuevo paradigma en la FP, impactando significativamente en la industria de artículos de cuero y en el sector de la moda en general.



## Prestigiosas escuelas de diseño y moda reciben formación sobre piel en Leather Cluster Barcelona

*Mediante esta actividad formativa en el clúster, los jóvenes estudiantes han podido disfrutar del parque temático de la piel único que ofrece Leather Cluster Barcelona, a través de un aprendizaje activo que combina visitas guiadas con master class impartidas por formadores calificados de diferentes ámbitos.*



Durante estos dos primeros meses de 2024, Leather Cluster Barcelona ha impartido diferentes jornadas formativas a importantes escuelas de diseño y moda. Concretamente, entre enero y febrero, han visitado el ecosistema de la piel del clúster para recibir formación, el Centro Universitario de Diseño de Barcelona (BAU), la Escuela de diseño LCI Barcelona, participantes del proyecto Erasmus+

Transitions liderado por la Escuela Elisava y procedentes de los Países Bajos, Italia y Suecia, y alumnos del Ciclo Superior de Estilismo de Indumentaria de la Escuela Superior de Diseño y de Artes Llotja, la más antigua de las escuelas de diseño del estado.

Leather Cluster Barcelona tiene por objetivo con estas acciones formativas que integran conocimientos prácticos y teóricos dirigidas a jóvenes estudiantes, promover el conocimiento de la piel para incentivar su uso y aplicación en los diseños y creaciones de estos futuros profesionales del mundo de la moda.

Mediante esta actividad formativa en el clúster, los jóvenes estudiantes han podido disfrutar del parque temático de la piel único que ofrece Leather Cluster Barcelona, a través de un aprendizaje activo que combina visitas guiadas con master class impartidas por formadores calificados de diferentes ámbitos.

En estas jornadas formativas a medida se han impartido conocimientos sobre la naturaleza, estructura, procesos de

producción, propiedades y características de la piel y también ha contado con las visitas a las curtidorías de Badia, a la Escuela municipal de arte y diseño La Gaspar de Igualada, al Museo de Cal Granotes y a la Adoberia Bella, sede de Leather Cluster Barcelona.

En la Adoberia Bella, Jordi Vidal, director ejecutivo del clúster, ha dado ponencias a los alumnos que han consistido en un aprendizaje didáctico, desde el origen y razón de ser de la piel, pasando por la sociología del consumidor, poniendo el foco en el sector de la piel como agente clave de la economía circular y la moda sostenible.

De la mano de los profesionales de Leather Cluster Barcelona se promueven estos programas de formación para fortalecer el contenido docente en piel en las escuelas de diseño y moda, para reforzar la conexión piel-moda y sobre todo para que los futuros diseñadores de nuestro país consideren la piel como material noble para aplicar en sus diseños y prescriban la piel curtidada en Catalunya.

## UGT FICA participa en la reunión del Comité de Diálogo Social Europeo el Sector del Curtido

*Se analizaron los cambios introducidos en los productos químicos que se emplean en el proceso de curtido de la piel, así como la formación que van a recibir las personas trabajadoras del sector y los nuevos riesgos laborales que podrían surgir a consecuencia del uso de estos nuevos productos.*

La Federación de Industria, Construcción y Agro de UGT participó el pasado lunes, 4 de marzo, en una reunión por videoconferencia del Comité de Diálogo Social Europeo del Sector del Curtido, en la que se trataron los retos que se va a enfrentar el sector de forma inminente y las fórmulas para afrontarlos desde el diálogo social. En la misma participó el compañero Javier Usón, representante de UGT FICA en el Comité Europeo de Diálogo Social del Sector Textil, del Curtido y del Calzado.

Aprovechando la presencia en la reunión representantes de la Comisión Europea para el sector, los miembros del comité solicitaron a la Comisión más información sobre los cambios en los productos químicos que se emplean en el proceso de curtido de la piel, así como la formación que van a recibir los trabajadores y trabajadoras del sector y los nuevos riesgos laborales que podrían surgir a consecuencia del uso de estos nuevos productos.

Por parte de la patronal europea se puso en cuestión los criterios por los que se aplica al sector del curtido la ley de deforestación, una ley que afecta especialmente al ganado, que consideran perteneciente a la industria alimentaria, mientras que la Comisión Europea entiende que se trata de ganado criado específicamente para emplear su piel en la industria del cuero. La patronal advirtió que los efectos de esta ley podrían incidir negativamente en la industria del curtido y en consecuencia en el nivel de empleo del sector.

Finalmente se informó que la próxima reunión del Comité de Diálogo Social Europeo se llevará a cabo el próximo 16 de mayo en Bruselas, en donde se presentará el proyecto conjunto "Green Deal Leather", elaborado por la internacional sindical IndustriALL Europa y la patronal europea Cotance.



## UGT FICA CLM lamenta el bloqueo que mantiene la empresa Miguel Bellido a las negociaciones del convenio colectivo

*La empresa, dedicada a la fabricación de bolsos, cinturones y complementos de piel, ha rechazado la mayor parte de las reivindicaciones del Comité de Empresa, con mayoría de la Federación, informan fuentes de esta organización sindical.*



UGT FICA critica la actitud intransigente y de bloqueo que la dirección de la empresa Miguel Bellido, de Manzanares (Ciudad Real), mantiene en las negociaciones del convenio colectivo, caducado desde diciembre de 2022 y que afecta a cerca de los 150 trabajadores y trabajadoras que componen la plantilla, el 90% mujeres.

La empresa ha rechazado frontalmente la mayor parte de las reivindicaciones del Comité de Empresa -donde UGT FICA cuenta con la mayoría-, demandas relacionadas con la reducción y una nueva distribución de la jornada anual; la recuperación del complemento de antigüedad; la mejora las retribuciones de las horas extraordinarias; sumar un día más al cómputo total de vacaciones; una nueva clasificación profesional..., señalan desde la organización sindical.

Miguel Bellido -dedicada a la fabricación de bolsos, cinturones y complementos de piel- solo accede a mejorar ligeramente los salarios de la plantilla, pero con una propuesta -a todas luces- insuficiente y sin abonar atrasos o pagando cantidades muy escasas, apostilla UGT FICA.

Se da la circunstancia de que las recientes subidas del SMI han supuesto el incremento de los salarios en 11 categorías profesionales del total de 22 existentes. Esto ha supuesto la equiparación salarial de algunas categorías, de tal manera que la última categoría de peón tiene el mismo salario que el oficial de primera. Según fuentes del sindicato, en ello se escuda la empresa para no mejorar la capacidad adquisitiva del conjunto de los trabajadores y trabajadoras. UGT FICA, por su parte, pide la aplicación del incremento salarial aprobado en el V Acuerdo para el Empleo y la Negociación Colectiva.

El sindicato asegura que el bloqueo del convenio, así como el que aún no se haya firmado el calendario laboral de este año, está afectando a la convivencia laboral, por lo que exige a la empresa un cambio de actitud y aceptar la mejora de las condiciones de estos trabajadores y trabajadoras.

Concluye afirmando que se mantendrá firme en sus demandas y en la defensa de los derechos de la plantilla.

## El BOE publica el Convenio Colectivo de Marroquinería, Cueros, Repujados y Similares

*Afecta a aproximadamente dos mil trabajadores y trabajadoras del sector de Madrid, Castilla-La Mancha, La Rioja, Cantabria, Burgos, Soria, Segovia, Ávila, Valladolid y Palencia, que tienen garantizada una subida salarial del 11,5% a lo largo de los tres años de vigencia, explican fuentes de UGT.*



El Boletín Oficial del Estado publicó el pasado miércoles, 27 de marzo, y tras incorporar las subsanaciones definitivas, el Convenio Colectivo del Grupo de Marroquinería, Cueros Repujados y Similares de Madrid, Castilla-La Mancha, La Rioja, Cantabria, Burgos, Soria, Segovia, Ávila, Valladolid y Palencia, que fue firmado el pasado mes de julio por UGT FICA, CCOO y la patronal ASEMAVI, informan fuentes de esta organización sindical.

**En el Convenio, que afecta a cerca de dos mil personas trabajadoras, destacan los siguientes puntos:**

Garantía de una subida salarial de 11,5% a lo largo del periodo 2023-2025 de vigencia (5% para el año 2023, un 3,5% en 2024 y un 3% en 2025).

Revisión de 1% de subida con respecto al IPC real cada año de vigencia y con carácter retroactivo.

Creación de un nuevo plus de tarde que supone una subida durante el presente convenio de 1716 euros para aquellas personas que trabajen en turno de tarde.

Aumento del plus de absentismo de 470 a 750 euros anuales, con revisión trimestral.

Se incorpora la no absorción ni compensación de los conceptos de convenio para los salarios inferiores a 25.000 euros.

Se crea la figura del Delegado de Medio Ambiente.

Se potencia el porcentaje de contratos indefinidos mediante un aumento en la duración del contrato por circunstancias de la producción según la plantilla indefinida.

En el convenio, el salario mínimo interprofesional es equivalente al salario base y si lo superara se tomará el SMI como nuevo salario base.

Tras su publicación en el BOE, explican desde UGT FICA, las empresas del sector afectadas por el convenio están obligadas a aplicar su contenido que, en líneas generales, supone una importante mejora de las condiciones laborales de las personas trabajadoras.

A man with short, wavy brown hair and a light beard is smiling broadly, wearing dark sunglasses and a dark grey ribbed turtleneck sweater. He is leaning forward, and the background is a light-colored, textured wall. In the top right corner, there is a blue graphic element with the word 'PRIVATA' in white, bold, serif capital letters. A small, light-colored tag with the word 'PRIVATA' is visible on the man's sweater.

**PRIVATA**

**WWW.PRIVATA.COM**

## Descubre las nuevas rafias LIMAIA de Brussosa

*Descubre Limaia, la nueva marca de rafias que Brussosa ha traído en exclusiva para ti. No te quedes sin la tuya.*



Limaia Paris lleva el nombre del dúo de madre e hija Lilas y Maya. Fundada en 2019, Lilas fundó la empresa, con sede en París, como una forma de mantenerse conectada con sus raíces malgaches y ayudar a mujeres y familias en su tierra natal de Madagascar. Descubre la propuesta de LIMAIA en exclusiva para Brussosa para esta temporada.

## Seasons by Macabla: la marca española que está revolucionando el sector de la moda y la joyería

*La firma facturó 900.000 euros en 2023, un crecimiento espectacular frente a los 500.000 euros del ejercicio anterior.*



SEASONS BY MACABLA, una revolucionaria marca de accesorios en pleno corazón de Madrid. Tras años de experiencia en el sector, el equipo detrás de SEASONS BY MACABLA comprendió que la clave del éxito en una marca de accesorios y joyas donde la competencia es inmensa, reside en la atención al cliente y creando un espacio físico con un ambiente cómodo y relajado para una experiencia excepcional.

## Bimba y Lola colabora con Ana Leovy para reinterpretar su bolso Chihuahua

*Esta colección se convierte en un lienzo que Ana reinterpreta con su propio estilo.*



En colaboración con la artista mexicana Ana Leovy, BIMBA Y LOLA presenta una exclusiva serie de edición limitada del nuevo bolso Chihuahua.

Mitad humanos y mitad perros, las creaciones de Ana son fantásticas, surrealistas y canalizan el espíritu chihuahua: perro pequeño, gran personalidad.

## Mother of Pearl: colección de TOUS para el Día de la Madre

*El objetivo de la colección es capturar la conexión emocional y física tan poderosa que existe entre una madre y sus hijas.*



TOUS conecta esta realidad con la colección Mother of Pearl, inspirada en la Madre perla y en el mundo que gira alrededor de ella. Las piezas creativas de la campaña del Día de la Madre apelan al storytelling simbólico que relaciona la madreperla - presente en las joyas de la selección - con el amor materno incondicional y con atributos como la protección o la calma.



# ESPECIALISTAS EN ZAPATILLAS URBANAS



**Foot on Mars**  
sneaker store



@FootOnMars



www.footonmars.com

## La Asociación Valenciana de Empresas del Calzado (AVECAL) lamenta la pérdida de Pedro Miralles Román

La organización emitió una nota en la que lamenta profundamente el fallecimiento de D. Pedro Miralles Román, el pasado día 20 de marzo.



En el comunicado remitido a nuestra redacción, AVECAL resalta que Pedro Miralles Román, nacido en Elche en 1930, ha sido uno de los empresarios más destacados del sector del calzado de señora con una extensa trayectoria que se ha caracterizado por su visión emprendedora y su contribución al desarrollo de la industria del calzado tanto a nivel nacional como internacional.

Desde sus humildes comienzos trabajando en una fábrica de alpargatas a la temprana edad de 14 años, D. Pedro Miralles demostró su determinación y habilidades comerciales. Después de años

de experiencia como representante de calzado, en 1953 fundó su primera empresa, DROMY, junto a dos socios. A partir de entonces, su espíritu empresarial no cesó, y en 1959, estableció la empresa que llevaría su nombre: Pedro Miralles.

Bajo su liderazgo, Pedro Miralles se convirtió en una marca reconocida por su calidad y diseño en el mercado de calzado de señora. La empresa experimentó un crecimiento significativo, expandiendo su presencia tanto en el mercado nacional como internacional.

A lo largo de los años, D. Pedro Miralles Román se consolidó como uno de los empresarios más importantes del sector del calzado en España, siendo un pionero en la expansión internacional de la industria. Su empresa, situada en Elche, generó cientos de empleos directos e indirectos, contribuyendo así al desarrollo económico de la región.

Además de su éxito empresarial, D. Pedro Miralles Román fue un defensor de la industria del calzado, participando activamente en la Asociación de Industriales del Calzado de Elche (A.I.C.E.). D. Pedro Miralles Román ha sido uno de los impulsores del asociacionismo y su empresa siempre ha formado parte de las asociaciones tanto a nivel autonómico, en la actualidad AVECAL, como nacional, FICE.

Entre los múltiples reconocimientos recibidos se encuentra el premio 'Fedelta al Lavoro' que concede anualmente el 'Consortio Nazionale Santi Crispino e Crispiniano' en Vigevano (Italia).

Otros premios recibidos han sido:

2018 Fidelidad al trabajo Premio San Crispín Elche

2011 Trayectoria empresarial innovadora Ayuntamiento de Elche

2004 Trayectoria profesional Museo del Calzado de Elda

2002 Premio Valencia de Industria e Innovación Generalidad Valenciana

1996 Reconocimiento a la trayectoria empresarial AMEC

1994 Fabricante del año Asociación de Comerciantes del Calzado de Madrid

1994 Premio Fomento de la Producción P. dirig. de la Empresa Española

Su legado perdura en la marca que lleva su nombre, así como en la industria del calzado en general, donde su visión y dedicación dejaron una huella indeleble.

## AEC avanza cómo será el calzado del Otoño Invierno 2025-2026

Colores oscuros y brillantes, elementos metálicos y decorativos o las formas de la naturaleza marcan las tendencias de moda para el Otoño Invierno 2025-2026.



Los diseños incorporarán materiales innovadores, abrazando una personalización que se aleja de lo convencional hacia la individualización, creando así momentos de alegría. La paleta de colores abarcará desde tonos claros y luminosos hasta oscuros meditativos y sensuales, reflejando una diversidad de emociones y estados de ánimo. El Centro de Congresos de Elche acogió a finales de marzo, la presentación a cargo de AEC y WGSN.

Bajo un marco de innovación y sostenibilidad, la Asociación Española de Empresas de Componentes de Calzado y Marroquinería (AEC) junto con WGSN, la autoridad global en pronósticos de tendencias, han desvelado las tendencias clave de moda para la temporada Otoño-Invierno 2025-2026. Presentando una visión casi dos años adelante, este evento se erige como un faro de inspiración y guía para la industria del calzado, bolsos, joyería y complementos.

Francisca Pérez Sepúlveda, especialista en tendencias de WGSN, compartió con los asistentes las últimas proyecciones en colores, acabados, textiles, cueros, y otros materiales, así como en accesorios y adornos. La especialista señaló que "seguimos con los colores oscuros, que reflejan nuestras inseguridades pero también van a tener protagonismo los colores brillantes y optimistas. Podremos ver referencias al estilo de vida nocturno, y por ello hay presencia de colores reflectantes. La naturaleza también tendrá un papel protagonista con elementos que evocan a ella". Las tendencias para la temporada apuntan hacia diseños que elevan el ánimo, la hiperpersonalización, y una nostalgia tranquilizadora, ejes temáticos destinados a influir significativamente en los elementos metálicos y decorativos de las colecciones.

El presidente de AEC, Manuel Román, aseguró que "este evento es importantísimo para nosotros, porque hemos terminado la feria FUTURMODA, y ahora empezamos a trabajar dentro de las empresas en la próxima campaña. Y no es lo mismo trabajar a ciegas, que empezar desde una base que nos ha ofrecido WGSN, que nos proporciona tanto la paleta de colores como las texturas". Y añadió que "en un par de semanas, se organizará una mesa de trabajo con los asociados de AEC para trabajar en base a todo lo presentado en este evento, con las pieles, textiles o adornos".

# BRINGING TRADING TOGETHER

15 - 18 JUNE 2024

RIVA DEL GARDA



exporivaschuh  
& gardabags  
the fair that moves the world

101  
EDITION

Organised by



In cooperation with



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



SCAN THE CODE AND  
VISIT OUR WEBSITE!  
EXPORIVASCHUH.IT



#exporivaschuh #gardabags

## El presidente de la Generalitat Valenciana, Carlos Mazón, mantiene una reunión con la empresaria y diseñadora Sara Navarro

*El encuentro tuvo el 20 de marzo en las dependencias de la Generalitat Valenciana para conocer de primera mano la situación del sector.*



El presidente de la Generalitat, Carlos Mazón, ha mantenido una reunión con la empresaria y diseñadora vinculada al sector del calzado, Sara Navarro.

Esta reunión se enmarca en la ronda de contactos que el jefe del Consell está manteniendo con los distintos representantes del sector empresarial de la Comunitat Valenciana.

Sara Navarro pertenece a la tercera generación de una familia de artesanos e industriales del calzado de la ciudad de Elda, en Alicante, una zona tradicionalmente dedicada a este sector. Crea su propia marca homónima en julio de 1979, aportando a la empresa familiar su espíritu de diseño, innovación y creatividad.

Desde hace años, dirige su propia compañía, SarahWorld, que comprende dos líneas complementarias de calzado.

Por un lado está Sara Navarro: modelos exclusivos perfumados con aroma de cereza o azahar, con sus líneas Wedding, Evening, Season y Emblematics.

Por otro lado, SarahWorld: diseños urbanos con espíritu green friendly, reflejo de un consumo responsable y un compromiso con el planeta.

## Las bailarinas 'slinback', la tendencia de Martinelli para esta primavera

*Martinelli lleva los actuales slinback a sus modelos de bailarina de punta afilada y en el infalible negro y nude.*



Los diseños 'slinback' son los más deseados de esta primavera. Modelos muy femeninos, destalonados y preferiblemente en colores neutros. Martinelli traslada esta tendencia a otro de los modelos estrella de la primavera, las bailarinas, creando el diseño más top y querido por las fashionistas.

Martinelli recibe la nueva estación con dos modelos de bailarinas slinback, perfectas para dejar de lado las botas y botines y antes de empezar a disfrutar de las sandalias. Dos propuestas en que el toque lady de inspiración francesa se dejar ver gracias a la punta afilada y los tonos neutros.

Melanie es la bailarina slinback más femenina de Martinelli, con punta afilada, una tira trasera fina y un elegante adorno de cadena. Un diseño 24/7 que queda ideal con cualquier look y que sirve tanto para una opción casual de día como para un outfit elegante de noche.

El toque más moderno viene de la mano del modelo Vivien, al que Martinelli ha añadido tachuelas bordeado el empeine, una original trabilla y un pequeño tacón metalizado. La bailarina slinback ideal para las que buscan diseños actuales y con un toque diferencial.

## Mascaró: Spring Bloom 2024

*Decía Pablo Neruda: "Quiero hacer contigo lo que la primavera hace con los cerezos".*



La firma de calzado Mascaró se toma estos versos al pie de la letra y siembra esta temporada flores en algunas de sus sandalias.

Algunos modelos compuestos por conjuntos de pequeñas flores hechas a mano pétalo a pétalo, con una maestría y minuciosidad impecables.

Y otros adornados con grandes flores de colores cuyos pétalos y hojas cuentan con un alambre interno articulado que permite modificar la posición de estas. También elaboradas de manera artesanal, estas flores construyen un juego de texturas dotado de un ligero movimiento para celebrar la belleza en sí misma. El resultado es sorprendente, delicado y exquisito.

## Conviértete en la reina del bloquecore con el modelo BERLÍN de Victoria

*La tendencia que reinó en 2023 continuará en lo más alto también durante la temporada primavera-verano de 2024.*



Con su modelo BERLÍN y sus zapatillas de colores, Victoria llega pisando fuerte al bloquecore, tendencia que acerca el mundo de la zapatilla deportiva a la moda casual del día a día.

El nuevo modelo BERLÍN se reinventa con una gama de colores vibrantes desde los azules pasando por el fucsia o el naranja. La deportiva de corte ciclista fabricada en nailon con serraje incorpora el forro más tostado con detalles en blanco aportando contraste en suela, parte trasera y en la V. Las nuevas Victoria BERLÍN sin duda se convertirán en parte de tu fondo de armario esta temporada.

## Patri Cadenas: Primavera vitamina o cómo llenar de color tu armario gracias al calzado de la nueva colección de esta firma 'made in Spain'

*La nueva colección Patrachel de la firma española Patri Cadenas está cargada de colorido y zapatos en tendencia que le darán el toque perfecto a tus estilismos de los próximos meses.*



El metalizado es una de las tendencias más vistas sobre el street style en los últimos meses, especialmente el que hemos visto en la Milan Fashion Week, donde los zapatos toman el protagonismo total de los looks y se convierten en una tendencia que pretende quedarse en los próximos meses. Diseños de calzado como los de la firma Patri Cadenas en donde las sandalias de tacón en tonalidad champán son las favoritas para esta temporada por ser atemporales y un básico en el armario de las invitadas perfectas. Pero, además, la firma va un paso más allá e incorpora la tendencia también a los bolsos para un total look metalizado incluso en colores vitamina.

Otro de los diseños que triunfa de la mano de la firma Patri Cadenas son los zapatos joya, esos que conocieron su máximo éxito en la serie Sexo en Nueva York firmados por Manolo Blahnik. Zapatos que hoy en día siguen siendo un accesorio que tiene el poder de cambiar por completo el concepto de un estilismo, desde el clásico y atemporal zapato en color negro hasta el azul del que Carrie Bradshaw hizo que nos enamorásemos perdidamente.

## FIMI summer presenta sus novedades

*FIMI SUMMER vuelve con fuerza planteando un abanico de novedades con el objetivo de optimizar la participación de las marcas y despertar el interés del comprador.*



Con nuevas fechas del 27 y 28 de junio, con un nuevo escaparate homogéneo en el que todos los stands mantendrán la misma imagen dando protagonismo a las nuevas colecciones y con el objetivo marcado en el comprador internacional, FIMI se perfila como la cita obligada para los profesionales relacionados con la infancia.

En este sentido FIMI SUMMER espera que pasen por Feria Valencia profesionales de la Unión Europea, Latinoamérica, Oriente Medio y EE. UU., gracias al trabajo conjunto con IVACE, Cámara Valencia, ICEX y ASEPRI.

## Graphispag acercará las soluciones de impresión a más sectores industriales

*El salón se celebrará del 1 al 3 de octubre en el recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona.*

Con el fin de ir aumentando el poder de convocatoria de la feria, Graphispag dedicará especial atención a la impresión industrial que se emplea en otros sectores productivos como el textil, los artículos y material deportivo, la decoración, el mobiliario, la automoción o la electrónica de consumo.

Los nuevos visitantes procedentes de estos ámbitos podrán encontrar en la zona de stands equipos, maquinaria y tecnología de impresión, tintas y soportes con los que mejorar la eficiencia y optimizar procesos, además de aumentar el valor de sus productos mediante la personalización. Igualmente, la organización sumará contenidos para estos colectivos en la agenda de actividades que está diseñando.

Organizado en colaboración con Graphispag Asociación, Graphispag será la única feria gráfica del año 2024 en España y prevé la participación de más de 140 marcas y 11.000 visitantes profesionales. El salón espera superar los 6.000m2 netos de exposición comercial y de actividades en el pabellón 2 del recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona.

## Marrakech será la Sede de los Premios Fashion Trust Arabia 2024

*Mentoría Exclusiva y Oportunidades Abiertas para Diseñadores Españoles.*



En un movimiento innovador, Fashion Trust Arabia (FTA) anuncia que los prestigiosos Premios Fashion Trust Arabia se celebrarán en la vibrante ciudad de Marrakech en octubre de 2024, marcando un cambio significativo respecto a sus ediciones anteriores realizadas en Doha, Qatar. Esta decisión subraya el compromiso de FTA de fomentar la colaboración global y celebrar la diversidad dentro de la industria de la moda.

Fashion Trust Arabia comparte los detalles del emocionante programa de mentoría para la categoría "SPAIN, Guest Country Fashion Trust Arabia", brindando a los diseñadores españoles una oportunidad única en el escenario internacional de la moda. La mentoría exclusiva ofrecida promete una guía experta en áreas críticas como negocios y sostenibilidad. Esta mentoría busca potenciar el talento español y proporcionar una plataforma sólida para su crecimiento y desarrollo a nivel global.

Presentación presencial en Marrakech de los cuatro finalistas españoles: Los finalistas de la categoría "SPAIN, Guest Country Fashion Trust Arabia" viajarán a Marrakech en el mes de Octubre, para la realización de presentaciones (showcases) ante el prestigioso Jurado Internacional de Fashion Trust Arabia e invitados profesionales, como asistencia a la Gala Final FTA 2024.

Fashion Trust Arabia presenta un exclusivo programa de mentoría diseñado para el ganador de la categoría "SPAIN, País Invitado Fashion Trust Arabia", junto con el deseado premio de 80.000 U\$A. El programa de mentoría incluye:

**Mentoría Empresarial con Bicester Collection:** Se proporcionarán sesiones de mentoría en línea para mejorar el conocimiento empresarial y la planificación estratégica.

**Mentoría en Sostenibilidad con Maison De Mode:** El diseñador ganador recibirá orientación en línea sobre cómo incorporar prácticas sostenibles en sus marcas, con el compromiso de FTA de promover la moda eco-consciente.

**Representación de Showroom en Paris Fashion Week con Maison Pyramide:** El ganador tendrá la oportunidad de exhibir sus colecciones durante Paris Fashion Week, en el Showroom facilitado y producido por Maison Pyramide. Aunque la presencia física es opcional, esta plataforma ofrece una exposición invaluable a compradores y medios internacionales.

**Programa de Mentoría Fashion Trust Arabia x British Fashion Council en Londres:** El ganador de "SPAIN, Guest Country Fashion Trust Arabia" participará en un programa de mentoría de dos días en Londres, organizado en colaboración con el British Fashion Council. Los gastos de vuelo y alojamiento serán cubiertos por FTA.

La oportunidad de participar en los Premios Fashion Trust Arabia 2024 sigue al alcance de los diseñadores españoles, ya que el plazo de inscripción está abierto hasta el 31 de Mayo de 2024.



EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL SECTOR TEXTIL

# Barcelona Textile Expo 2024

Salón internacional de tejidos y producto acabado

26 - 28 de Junio 2024, 10.00 - 18.00

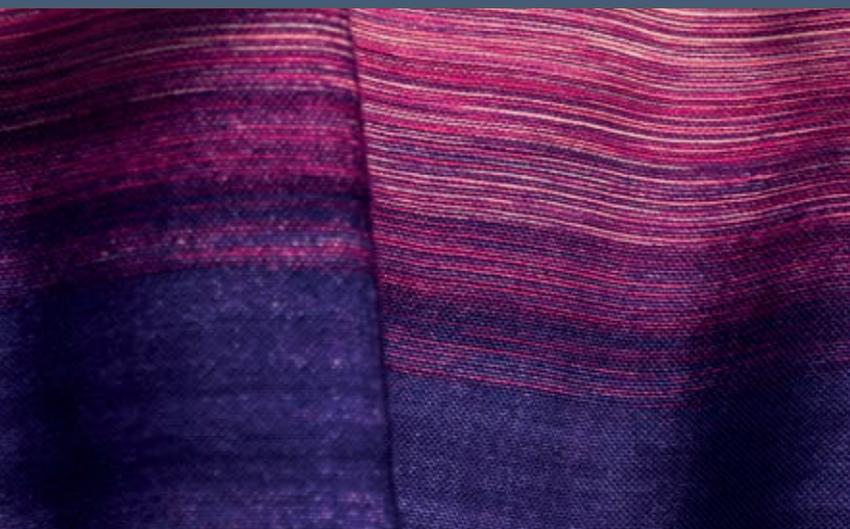
Fira de Barcelona - Hall 2



TEXTILEXPO  
BARCELONA



Para Obtener  
Tu Entrada



## Emitex, Simatex y Confemaq exhibirán lo último en tecnología textil

*La industria textil avanza hacia una producción más eficiente.*

De la serigrafía tradicional a los novedosos métodos de impresión, la industria textil está experimentando una revolución gracias a avances tecnológicos de la estampación digital, la sublimación y la novedosa tecnología Direct-to-Film (DTF). Emitex, Simatex y Confemaq mostrarán el presente y lo último en tecnología textil para este segmento.

En una era en la que la originalidad y distinción de los diseños es esencial para posicionar un negocio, en particular en una industria como la textil, la capacidad para producir tejidos y prendas con versatilidad en los estampados es un gran valor. De los antiguos, y todavía vigentes, métodos de serigrafía han surgido sistemas más eficientes, aplicando las nuevas tecnologías. Hoy, las posibilidades

excepcional y una gran durabilidad, la convierte en una opción atractiva para la producción de artículos personalizados.

Estas innovaciones no solo están transformando la forma en que se producen los tejidos, sino que también están abriendo un mundo de oportunidades de negocio para emprendedores y empresas consolidadas, aportando eficiencia y rentabilidad.

“En la próxima edición de las únicas exposiciones textiles en Argentina las mayores novedades vienen de la mano de este sector”, comenta la Lic. Andrea Lippi, directora de los eventos. “Con los principales fabricantes de estas tecnologías a nivel mundial presentes, estarán expuestos equipos de última generación, tanto para impresión de telas, como de prendas. Sabemos que la personalización es una tendencia que crecerá mucho en los próximos años”, agrega. “La reducción de costos y la mejora en la calidad de los productos finales hacen cada vez más asequibles estas formas de personalización y diferenciación de los productos finales”, concluye.

La estampación digital ofrece una versatilidad incomparable en la reproducción de diseños sobre tejidos. Con esta tecnología, los diseñadores y las empresas pueden crear prendas personalizadas con una calidad excepcional y una rapidez impresionante. Además, reduce costos de producción y permite realizar tiradas más cortas de productos, evitando el exceso de desperdicios y reducen en un 40% las emisiones de CO2 respecto de técnicas tradicionales, según el estudio “El futuro de la impresión textil digital para 2023”.

Por otro lado, la sublimación en textiles garantiza una reproducción vibrante de los diseños y una durabilidad excepcional de las prendas, y es más respetuosa con el medio ambiente que otros métodos de estampación, ya que no requiere agua y produce menos residuos.

Toda esta tecnología estará expuesta en Emitex-Simatex-



de impresión en textiles son casi ilimitadas.

La industria textil está experimentando una revolución gracias a los avances tecnológicos en estampación digital, la sublimación y la novedosa tecnología Direct-to-Film (DTF), que permite imprimir diseños directamente sobre una película termoplástica, que luego se transfiere al tejido mediante calor y presión. La forma en que se aplican los diseños sobre prendas, con una calidad de impresión



Confemaq 2024, las ferias líderes de la industria textil en América Latina, que se llevará a cabo del 21 al 23 de mayo en La Rural, Buenos Aires.

## Tània Verge:

# " La presión estética impone que el valor social de las mujeres es su belleza y el O80 y el desfile de Free Form Style rompe este relato"

- La O80 Barcelona Fashion acoge por segundo año consecutivo el único desfile de moda inclusivo del Estado.
- La consejera de Igualdad y Feminismos, Tània Verge y la directora del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Cataluña, Agnès Russiñol, han destacado la apuesta de la marca FreeFormStyle y de la O80 en la lucha contra la presión estética.



La O80 Barcelona Fashion ha acogido por segundo año consecutivo el único desfile de moda inclusivo que se hace en el Estado con la organización de la pasarela de la marca Free Form Style, una firma de Mataró pionera en el diseño de moda adaptada a personas con movilidad reducida y diversidad funcional.

Este desfile forma parte de las medidas recogidas dentro del Plan de Acción para Combatir la Presión Estética 2023-2026, que presentó el Departamento de Igualdad y Feminismos hace un año. Se trata de un plan impulsado por el Instituto Catalán de las Mujeres y que incluye unas sesenta acciones en ámbitos como la moda, el audiovisual, el deporte, el mundo laboral, la educación o la salud.

La marca FreeFrom Style ha presentado la colección Work in Progress, inspirada en la vestimenta de trabajo de mediados del siglo XIX en Estados Unidos y hecha en colaboración con el diseñador Manuel Bolaño. Los diseños de esta marca normalizan la diversidad física y dignifican todo tipo de cuerpos.

El desfile ha contado con un casting de modelos con diferentes diversidades funcionales, como los nadadores olímpicos Sarai Gascón y Chus Collado, la activista Regina Martínez -que divulga en las redes sociales desde la cuenta @nimasnimo- y diferentes modelos con ceguera o con sillas

de ruedas.

Al desfile han asistido la consejera de Igualdad y Feminismos, Tània Verge Mestre; la directora del Instituto Catalán de las Mujeres, Èlia Soriano Costa, y la directora del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Cataluña, Agnès Russiñol Amat. Después del acto, han mantenido un encuentro con las fundadoras de la marca, Marina Vergés y Carolina Asensio.

"La diseñadora de moda Vivienne Westwood, decía: 'Diseño moda para ayudar a la gente a expresar su personalidad'" ha parafraseado a la consejera Verge en el arranque de su intervención. "Y cuando decía gente, quería decir, todos los cuerpos, todas las personas. Que todo el mundo pueda sentirse representado en esta forma de expresar la personalidad. Y éste es el espíritu que recoge la firma catalana de moda Free Form Style, que hace que las piezas se adapten a las necesidades de las personas y no al revés.

Verge ha añadido que "este es un trabajo importantísimo, porque es necesario normalizar absolutamente todos los cuerpos. No hay cuerpos fuera de norma, y eso lo está promoviendo de forma muy fuerte, la O80 Barcelona Fashion Week. De hecho, el año pasado vivimos un momento histórico cuando, por primera vez, tanto en Cataluña, como en todo el estado, se incluyó un desfile de moda inclusivo que

rompía todos los cañones, que normalizaba toda la diversidad y que ya forma parte del ADN de la O80".

Por último, la consellera ha hecho un llamamiento a las empresas y las marcas de moda a combatir activamente la presión estética "la creatividad forma parte de lo que es la industria de la moda, es un elemento primordial, y la creatividad debe querer decir, tener la capacidad de hacer las cosas mejor, encontrar las mejores soluciones. Alentamos desde aquí a las firmas de moda, a ir más allá, a hacer las cosas diferentes, a romper esos cañones que nos han estado imponiendo una determinada forma de entender, no sólo la moda, sino también cuáles son los cuerpos ideales "y ha recordado que el desfile forma parte del Plan de Acción para combatir la Presión Estética.

La directora del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Cataluña (CCAM), Agnès Russiñol y Amat, ha destacado que el "O80 es una plataforma cuyo principal objetivo es dar visibilidad a los diseñadores, diseñadoras y marcas de moda". También ha subrayado que "la sostenibilidad y la diversidad ya forman parte del ADN de la O80. Lo que toca ahora, es normalizar". Y ha remarcado que "la novedad de esta edición es la relación de la moda con otras disciplinas artísticas, como el arte digital y la música".

www.edicionessibila.com



## La mayor plataforma informativa de la MODA en España

### Diaria

Website: [www.edicionessibila.com](http://www.edicionessibila.com)

### Diaria

Newsletter: de lunes a viernes

### Mensual

PuntoModa Magazine

### Mensual

Prensapiel Magazine

### Trimestral

Textil y Moda Magazine

### HTML

Si quieres personalizamos tus envíos promocionales de email HTML (+27.000 direcciones de mail).

### Subscripción

Subscríbete enviando un mail a: [essl@edicionessibila.com](mailto:essl@edicionessibila.com)

### Media Kit

Solicita nuestras tarifas de publicidad enviando un mail a: [essl@edicionessibila.com](mailto:essl@edicionessibila.com)

Follow us:

