

PUNTO

MODA

NÚMERO 356 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

Su Majestad el Rey ha hecho entrega del VIII Premio Reino de España a la Trayectoria Empresarial a Isak Andic, fundador y presidente no ejecutivo de Mango

El PERTE de Economía Circular destinará la mayor parte de las ayudas a sectores que abordan retos de sostenibilidad como el textil

ENCUENTRANOS EN



ITALIA

at BBEW 2024 | Pavilion 2



madeinitaly.gov.it



Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation

ITCA 
ITALIAN TRADE AGENCY



Nuestra Portada:
The North Face y Undercover

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



La Generalitat Valenciana dota de recursos a las asociaciones del sector textil, cuero y calzado para impulsar la reindustrialización de la Comunitat Valenciana

El Diario Oficial de la Generalitat Valenciana ha publicado una resolución de la consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, Nuria Montes, por la que se convocan las subvenciones para apoyar actividades no económicas desarrolladas por asociaciones empresariales que impulsen la reindustrialización de la Comunitat Valenciana.

Estas ayudas, para el ejercicio 2024, tienen un presupuesto inicial máximo de 2.682.000 euros. Cada ayuda consistirá en una subvención del 70 % de los costes que sean admitidos como subvencionables, con un importe máximo por solicitud de 100.000 euros. Solo serán subvencionables las actuaciones desarrolladas entre el 1 de enero y el 29 de noviembre de 2024 que beneficien directamente a empresas con centro productivo en la Comunitat Valenciana.

Las ayudas, en régimen de concurrencia competitiva, están destinadas a las asociaciones empresariales sectoriales industriales vinculadas a los siguientes sectores de la Comunitat Valenciana: industria agroalimentaria, sector de la automoción, sector de biotecnología, sector cerámico, sectores del vidrio, áridos y materiales de construcción, no metálicos, sector del cuero y calzado, sector de las energías, sector de envases y embalajes, sector espacial y aeronáutico, sector del juguete y de los productos infantiles, sector de la madera, mueble e iluminación, sector del mármol y de piedra natural, sector metal-mecánico, sector del plástico, sectores de la producción audiovisual y videojuegos, sector químico, sector textil, y sector de la valorización de materiales con mujeres de la talla de Paloma Durán y de Isabel Sanchís, que han sido capaces de demostrar su talento a lo largo de su trayectoria profesional. Mujeres que han sabido dejar huella, igual que lo hizo la célebre Isabel Ferrer a través de su humanidad.

El plazo de presentación de solicitudes será desde el 26 de marzo hasta el 16 de abril de 2024, ambos incluidos y la presentación de estas se realizará obligatoriamente a través del trámite específico en el apartado de Incentivos y ayudas en materia de industria de la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo.

La patronal del calzado expresa su preocupación por una nueva caída en las exportaciones y pide actuaciones para ayudar al sector

La secretaria general de FICE, Marián Cano, explica que el sector del calzado en España enfrenta una serie de desafíos significativos. La compleja coyuntura económica, influenciada por la creciente inflación, conflictos geopolíticos internacionales y aumentos en los costes, ha colocado a las empresas en una situación límite.

"Las empresas reclaman estabilidad en los reglamentos y en las nuevas legislaciones. Insistimos en que es necesario respetar los acuerdos alcanzados en convenio colectivo pactado entre patronal y sindicatos con consenso en asuntos como la jornada laboral", señala Cano.

Además, los empresarios expresan su malestar por la falta de flexibilidad en la aplicación de los criterios por parte de la Inspección en torno a la figura de los fijos discontinuos que está generando rigideces que podrían obligar a las empresas a reajustar plantillas ante la caída de la producción.

El PERTE de Economía Circular destinará la mayor parte de las ayudas a sectores que abordan retos de sostenibilidad como el textil

Ante la próxima convocatoria sectorial del PERTE de Economía Circular que se publicará en breve, ATEVAL, en colaboración con la empresa Fi Group, ha organizado una jornada informativa para conocer las oportunidades de financiación pública para el sector textil y su cadena de valor. Las inversiones previstas incluyen ayudas por valor de 492 millones de euros y la mayor parte de las subvenciones de este proyecto estratégico se destinarán a sectores que abordan retos de sostenibilidad, como el textil.

Euratex valora positivamente el anuncio de la Comisión Europea al respecto de la asociación "Textiles del Futuro", para desarrollar una industria textil europea impulsada por la innovación

No en vano, EURATEX recuerda que ha estado trabajando para lograr esta asociación durante los últimos años. En su opinión, invertir en innovación es un componente fundamental para implementar con éxito la Estrategia de la UE para los Textiles Sostenibles y Circulares. Por lo tanto, "acogemos con satisfacción la decisión de la Comisión, como una medida muy oportuna para ayudar a nuestras 200.000 empresas textiles de la UE a seguir siendo competitivas".

Dirk Vantygghem, Director General at EURATEX, comenta: "La innovación es el puente entre la sostenibilidad y la competitividad. Esta asociación Horizonte Europa es, por tanto, una herramienta esencial que ayudará a nuestras empresas a convertirse en líderes mundiales en productos textiles sostenibles".

La Asociación Textiles del Futuro estará cogestionada por la Plataforma Tecnológica Europea para el Futuro de los Textiles y la Confección (ETP). Con un profundo conocimiento en investigación textil y una vasta red de innovación, ETP está preparada para hacer realidad esa asociación.

Alarma e indignación en el comercio ante los cambios estructurales previstos en el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa



Las principales organizaciones de comercio de España quieren trasladar mediante un comunicado conjunto su profunda preocupación ante los cambios estructurales que planea el Gobierno en la Secretaría de Estado de Comercio, que dejará de estar concebida como hasta ahora desapareciendo de ella el comercio minorista y alertan de las nefastas consecuencias que esta medida podría tener en un sector estratégico para la economía como es el comercio.

Las organizaciones de comercio manifiestan una honda preocupación, ya que esto se traducirá en una pérdida de interlocución directa entre el sector comercial y la Administración en un momento, además, especialmente delicado para el sector, marcado por una enorme sobrecarga de carácter administrativo y altos sobrecostes.

Blue Banana elige Granada para inaugurar su primera tienda física de 2024



Blue Banana llega a Granada con la apertura este viernes 22 de marzo de su primera tienda física en este 2024. La famosa marca de la "X" refuerza su presencia omnicanal con el que supone su duodécimo local propio en España.

La firma de moda y aventura española, que ya cuenta con tres tiendas más en Andalucía, elige la capital granadina para continuar con su expansión y estrategia

de retail, y lo hace en un punto de venta de 43 m2 de superficie, situado en la calle Puerta Real de España, 4, en el centro histórico de la ciudad, junto a los principales negocios comerciales de la zona.

Primark aterriza en Alcalá de Henares el próximo mes de abril



Primark, la compañía internacional de moda, abrirá las puertas de su tienda en Alcalá de Henares el lunes 22 de abril. Ubicada en el centro comercial Alcalá Magna, se trata de la primera tienda de Primark en la ciudad y la número 10 en la Comunidad de Madrid. La apertura de la nueva tienda creará más de 100 nuevos puestos de trabajo para la economía local.

Su Majestad el Rey ha hecho entrega del VIII Premio Reino de España a la Trayectoria Empresarial a Isak Andic, fundador y presidente no ejecutivo de Mango



El acto de entrega ha tenido lugar en el Aula Magna del IESE Business School de Barcelona. Presidido por Su Majestad el Rey, ha contado también con la presencia de Jordi Hereu, Ministro de Industria y Turismo; Carlos Prieto, Delegado del Gobierno en Cataluña; Jaume Collboni, Alcalde de Barcelona y Roger Torrent, Conseller d'Empresa i Treball; entre otras autoridades. Asimismo, han estado presentes los presidentes de las tres organizaciones convocantes del Premio; Manuel Pérez-Sala, presidente del Círculo de Empresarios; Jaume Guardiola, presidente del Cercle d'Economia y Andrés Arizkorreta, presidente del Círculo de Empresarios Vascos.

Andic ha logrado, tras casi cuatro décadas, convertir Mango en uno de los principales grupos internacionales de la industria de la moda con cerca de 2.700 puntos de venta en más de 115 mercados en todo el mundo.

Boston abre su primera tienda en Castellón



Ubicada en el centro comercial Salera de Castellón de la Plana, con esta nueva apertura la firma de moda malagueña suma su sexto punto en la Comunitat Valenciana y consigue tener presencia en las tres

provincias de la región.

El nuevo establecimiento cuenta con una superficie de 140 m2 y albergará las últimas colecciones casual, sport y sastrería de la marca, en un espacio moderno, cálido e inspirador.



ESPECIALISTAS EN
ZAPATILLAS URBANAS



Foot on Mars
sneaker store



@FootOnMars

www.footonmars.com

**SSSTUFFF
presenta
'The Mess Before
I Wake Up':
abrazar el caos en el
camino hacia la claridad**



"The Mess Before I Wake Up" es un testimonio del profundo compromiso de la marca con la moda interactiva, que da lugar a piezas que conforman, no sólo una colección, sino un juego estimulante.

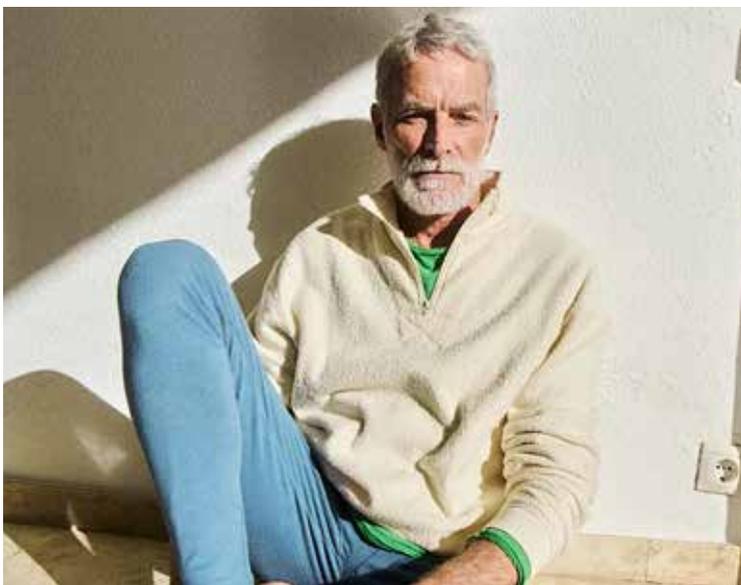
Encarnando el espíritu de SSSTUFFF, cada prenda tiene su propia historia y su propio elemento interactivo, lo que hace que no sólo se puedan llevar puestas, sino que sean una experiencia en sí mismas. A lo largo de la colección destacan piezas como la "Ads Zip-up Hoodie", inspirada en los efímeros anuncios de papel que pueblan las calles. Esta sudadera con capucha es un guiño a la belleza efímera de la vida urbana y capta la esencia del arte callejero, siendo en sí misma una declaración de intenciones.

**CASONÁ: la diversidad
cultural y la moda
sostenible inspiran el
nacimiento de la firma de
la diseñadora que trabajó
para Calvin Klein**



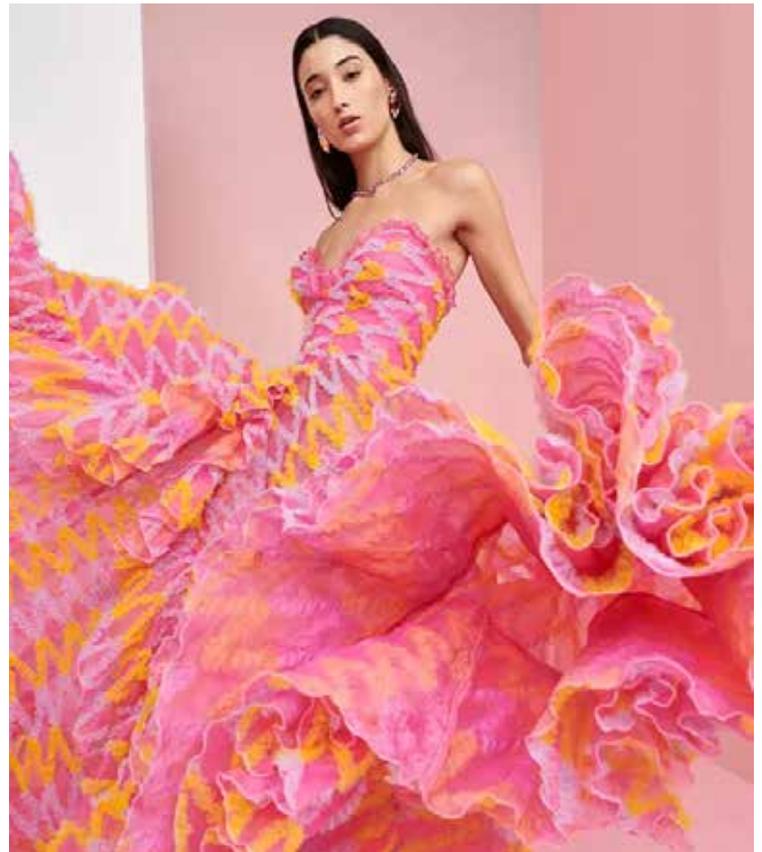
Una marca que ofrece prendas de alta calidad con un enfoque en el upcycling y la transparencia en cada paso del proceso de producción, CASONÁ apuesta por la transformación hacia una industria de la moda más ética y sostenible. De la mano de Carmelá Osorio e Inés Sainz, Directora Creativa con una gran trayectoria, habiendo pasado por Calvin Klein, junto con Sainz como Art Director, la firma se presenta como un hogar donde convergen la creatividad, la tradición y el compromiso con el medio ambiente. Cada pieza es más que una prenda de vestir, te invita a abrazar la idea de poseer algo verdaderamente único, un tesoro dentro de tu historia personal - un lugar donde la moda se convierte en parte de tu legado.

American Vintage exhibe en Madrid sus nuevas propuestas de esta primavera-verano 2024



Para esta colección, American Vintage invita al fotógrafo madrileño Pepe Lobez a capturar los 21 looks de esta temporada. Un casting compuesto por personas cotidianas que destaca, una vez más, la autenticidad de la marca. Julieta, Bilbo, Ichi o Roque: los nuevos rostros de AMV, de 3 a 99 años de edad, han posado delante del objetivo luciendo estampados, rayas y colores diversos.

Una primavera de 'Fábula': así es la nueva colección que propone la firma española Celia B para vivir una temporada con un extra de color



Celia Bernardo, presenta ahora su nueva colección de primavera-verano bajo el nombre de Fábula. Una línea que vuelve a reflejar todos y cada uno de sus valores donde no solo apuesta por sus patrones y tonalidades más habituales, también experimenta con nuevas formas, patrones y combinaciones de color.

La empresa española de belleza You Are The Princess supera los 10 millones de unidades vendidas en el último año



Así es You Are The Princess, la firma creada por Carlota Pérez Saez tras un largo recorrido como emprendedora en diferentes sectores, desde la venta de muebles, los accesorios de moda y, finalmente, los de belleza.

You Are The Princess es la firma que ha conquistado el mercado de la belleza con productos que van más allá de lo convencional, ofreciendo una experiencia única a sus clientes. Fundada hace 15 años por una emprendedora visionaria, la empresa ha experimentado un ascenso meteórico desde sus humildes comienzos hasta convertirse

en un referente en el sector de la belleza con 55 empleados. ¿El secreto? Una gran ilusión y mucha confianza en el proyecto.

Su misión desde el principio ha sido sorprender y deleitar a sus clientes, ofreciendo productos de alta calidad a precios asequibles. Este compromiso con la excelencia se refleja en cada aspecto de su negocio, desde la selección de materias primas hasta el diseño de productos innovadores que destacan en un mercado hoy en día saturado. De hecho, una de las claves de su éxito radica en su capacidad para adaptarse a las cambiantes demandas del mercado y anticipar las tendencias emergentes.

“El mercado es el mundo y las RRSS han dado un vuelco al mundo beauty en ese sentido. Se hacen virales productos que no están disponibles en España, por ejemplo, y los clientes pueden adquirirlos online o nosotros tenemos la oportunidad de darles algo mejor, y el reto es hacer que siempre nos elijan a nosotras”, explica su fundadora. Esto ha hecho que la empresa haya logrado mantenerse competitiva en un entorno empresarial cada vez más desafiante. Su modelo de negocio único, que combina un equipo talentoso de diseño, compras, logística y marketing, le ha permitido actualmente lanzar al mercado más de 100 productos únicos cada mes, generando una demanda insaciable entre sus clientes.

Mugler presenta su nueva fragancia Alien Hypersense Eau de Parfum



Siempre feroz. Siempre fantasía. Siempre fascinante. Mugler es viral. Mugler es sexy. Mugler es la marca de AHORA.

Quienquiera que seas, quienquiera que quieras ser, las siluetas hipermarcadas y las fragancias rompedoras de Mugler te permiten esculpir tu identidad. Conviértete en una versión superpotente de ti misma. Fiel a los valores de autoafirmación, empoderamiento y autoexigencia, nuestra marca persigue siempre la disrupción.

Encabezada por el director creativo de moda Casey Cadwallader, la casa Mugler no conoce límites. Mugler es siempre la marca que destaca, nunca la marca que encaja. Aportando más nervio y más energía que nunca a sus fragancias de vanguardia.

Diseñada por Mugler de la mano de Dominique Ropion, el maestro perfumista por excelencia que creó el Eau de Parfum original en 2005, esta fragancia floral amaderada pone de manifiesto la imaginación sin límites y la incomparable maestría de Mugler. Una invitación a sentir lo extraordinario, con una paleta de ingredientes excepcionales entretejidos en tres revelaciones hipersensoriales.

Day Serum

Hidratación y protección como base

- Mantiene el nivel óptimo de hidratación y elasticidad de la piel durante el día.
- Serum de día antienviejecimiento rico en Colágeno Marino y Ácido hialurónico, de textura suave y ligera.
- Contribuye a alisar el relieve cutáneo minimizando las arrugas y líneas de expresión.
- Formulado especialmente para mantener el nivel óptimo de hidratación y elasticidad de la piel.
- Recubre la epidermis con una fina capa, dificultando la acción dañina de los radicales libres y el fotoenvejecimiento.
- Contribuye a atenuar las marcas cutáneas.
- Su textura ligera lo hace también eficaz en tratamientos para pieles grasas.

Night Serum

La base que hidrata y regenera

- Formulado especialmente para restablecer las funciones vitales cutáneas durante la noche.
- Recupera la tersura y luminosidad de la piel y potencia su función barrera.
- Atenúa las arrugas y líneas de expresión.
- Particularmente recomendado en tratamientos de flacidez, doble mentón y cuello, redibuja el óvalo del rostro que ha perdido su firmeza.
- Favorece el confort cutáneo contribuyendo, durante el descanso nocturno a una mejor recuperación de la piel para afrontar el día en óptimas condiciones.



Los productos
COLMARINE
están libres de
parabenos y
siliconas

www.colmarinecosmetics.com



COLMARINE
COSMETICS

Tezenis SS24: nuevo sujetador MIAMI



Suave y cómoda, pero acorde con las tendencias más cool del momento. Una colección capaz de satisfacer todas las necesidades, en cualquier momento del día.

Entre las distintas propuestas se encuentra el sujetador MIAMI, ideal para quienes buscan un modelo que pueda dar soporte y un efecto natural al mismo tiempo. Los adornos de encaje con tiras anchas crean un diseño cómodo y refinado para aquellas personas que quieren ir a la moda en su día a día. Además, la presencia de copas B, C y D amplía la posibilidad de atender a una gama más amplia de tallas.

Pull&Bear presenta las tendencias de baño SS24 en su línea Pacific Republic



Pacific Republic, la colección más teen de Pull&Bear inspirada en el lifestyle de la Costa Oeste de Estados Unidos, regresa con una propuesta femenina con influencias de la naturaleza. La colección se compone de piezas equilibradas, sofisticadas y con un punto sexy.

Intimissimi presenta su nueva colección Fashion Corsetry



El encanto de la belleza mediterránea se encuentra con la elegancia de Intimissimi en la nueva colección Corsetry para Primavera-Verano 2024. Inspirándose en los colores cálidos del verano italiano y sus destinos más característicos, la nueva colección engloba la ligereza del verano y la esencia de la sensualidad y sofisticación típica del arte Intimissimi de la lencería italiana.



PRIVATA

WWW.PRIVATA.COM

Ternua apuesta por el ecodiseño, la multifuncionalidad y el color



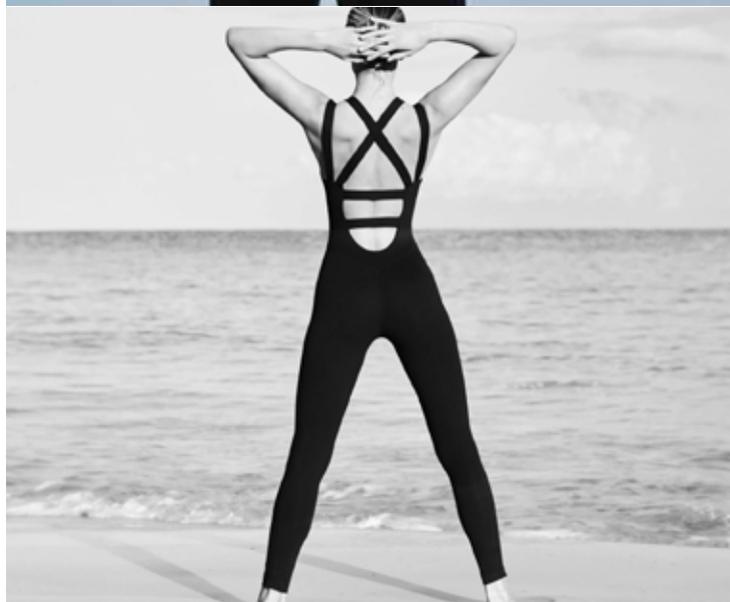
Para esta primavera-verano la compañía nos presenta una colección en la que fusiona ecodiseño, multifuncionalidad y color. Una propuesta en la que Ternua ha aplicado su forma de hacer, donde prima más el cómo que el qué, un camino que inició en 1994, siguiendo una ruta de innovación sostenible sólida, haciendo frente a los retos de la industria textil.

La Condor 3: mejor zapatilla de running de VEJA



En 2019 Veja lanzaba la primera zapatilla de running de VEJA - La Condor, pero esta temporada presenta La Condor 3, este modelo combina tecnicidad, I+D y materiales biológicos para satisfacer las necesidades de los corredores.

ERES reinventa el activewear en su nueva colección



Inspirada en la moda de los años 80, se ha elegido una paleta de colores con cuatro tonalidades atemporales: negro, blanco roto, gris jaspeado y marrón cálido. De esta forma, todas las piezas de la colección encarnan el minimalismo y la elegancia característicos de la marca.

Incluyendo bralettes, leggings, camisetas y tops, ERES hace especial hincapié en los monos, que se adaptan perfectamente al cuerpo realzando la figura y provocando así una sensación de comodidad extraordinaria. Además, la nueva colección activewear presta particular atención a la espalda y los hombros, que se acentúan en cada pieza.

¡Nos sobran pelotas! La colección inspirada en el tenis de Black Limba



La colección está compuesta por 5 prendas en colores cream y azul navy, cada diseño ha sido meticulosamente concebido para optimizar el rendimiento y la comodidad en la cancha.

Cada prenda de la colección incluye detalles cuidadosamente considerados, como bolsillos específicos para las pelotas, que brindan una solución práctica y funcional para las jugadoras de tenis. Desde faldas hasta mallas, esta colección garantiza un ajuste perfecto y una movilidad óptima, permitiendo a las tenistas concentrarse plenamente en su juego.

Llega el tiempo de equiparte con el calzado multifuncional Chiruca



Nuevos colores en sus versátiles zapatos bajos pensados para adaptarse a todo tipo de terrenos tanto en la montaña como en un sendero de fácil recorrido, una excursión por una vía verde o incluso para realizar las etapas del Camino de Santiago. Zapatos bajos multifuncionales que aportan el máximo confort, ligereza y buen rendimiento.

Son modelos que incorporan suelas de dos densidades, con entresuela de phylon y planta de goma muy adherente, algunas de ellas de la marca Vibram® con compuesto megagrip extra adherente diseñadas para caminar por terrenos irregulares y con capacidad de frenada, estabilidad y alto agarre, combinadas con entresuelas de material Eva que amortigua la pisada y aligera el peso del calzado.

Son además unos modelos muy transpirables, todos ellos con membrana Gore-Tex que proporciona un óptimo confort climático y una total impermeabilidad.

Kika Cerqueira encarna el espíritu 'YOU BY YOU' en el lanzamiento de la nueva colección de XTI



La top model portuguesa Kika Cerqueira fue la protagonista en la presentación de la nueva colección primavera-verano de la marca de moda internacional XTI. Bajo el lema 'YOU BY YOU' que caracteriza esta temporada, Kika exhibió una imagen muy auténtica, resonando perfectamente con el eslogan de la campaña que transmitió Kika en sus declaraciones "El slogan de esta campaña es 'you by you' y apela a sentirte bien contigo y a buscar tu propia identidad.

Icónica, en una declaración de estilo y personalidad única, Kika lució un vestido rojo que refleja los colores de la marca, complementado con el modelo 142351 Oro. Describió este calzado como "su modelo favorito de la temporada por su diseño sofisticado y cómodo", expresando además su satisfacción con la marca por su compromiso con la sostenibilidad: "Me encanta representar a una marca vegana".

Lauren Auerbach vuelve a protagonizar la colección más mediterránea de Refresh



La top model internacional Lauren Auerbach renueva una vez más con Refresh como imagen de la colección primavera/verano 2024. Su apariencia deslumbrante y sonriente personifica la esencia de la marca, que traslada frescura y modernidad en cada uno de sus diseños.

Con un espíritu joven, atrevido y desenfadado, Refresh presenta una nueva colección donde escapa de la monotonía y se reinventa en una línea de diseños, colores y formas totalmente novedosa.

Bajo el lema "adventure starts where the road ends" y con la inmensidad del océano como telón de fondo, la modelo estadounidense protagoniza esta campaña a bordo de un barco, donde el estilo joven, divertido y aventurero de la marca se ve claramente representado.

Hebillas que abrazan al pie con Mascaró



Es una tendencia que viene muy fuerte y se convertirá protagonista en zapatos tipo Mary Jean y bailarinas.

Las hebillas se multiplican creando una silueta muy femenina con efecto estilizado.

Mascaró incluye este detalle en zapatos de corte destalonado como Greta o merceditas como Audrey.

Hidn-Ander meets Kiton -“THE MESA”



Cada zapato Hidn-Ander comienza como una mezcla de culturas. MESA es la combinación de tenis y sastrería.

En los años setenta, los tenistas italianos iban de traje a las entrevistas posteriores a los partidos. Esta unión del deporte con los trajes formales es el punto de partida de la zapatilla más refinada de HidnAnder. El empeine moderno-retro está confeccionado en algodón 100% de alta calidad forrado de piel y esponja de algodón. El detalle del cosido a mano rinde homenaje al trabajo de los maestros sastres. La unidad de suela de goma es auténtica de los estilos de tenis de los años setenta. La plantilla es de piel de primera calidad. Para la colaboración con la marca de lujo napolitana Kiton, la plantilla lleva la leyenda “Hidn-Ander meets Kiton”, mientras que la lengüeta del talón, también de cuero de gran calidad, lleva grabado el logotipo de Kiton. La representación del lujo silencioso: una zapatilla con la gracia de una Oxford.

Súmate con MORRISON a la microtendencia que más arrasa entre las insiders: las zapatillas azules



En un mundo donde la moda es cíclica y te puede sorprender, este 2024, el universo ‘footwear’ se inclina hacia una microtendencia que no para de verse en el ‘street style’: las zapatillas azules. Es un ‘must’ al que ya se han enganchado varios de los influencers del momento, y la versatilidad que ofrecen es abismal.

Ya sea con vaqueros o con leggings, las zapatillas azules pueden dar ese toque de color y diversión a cualquier estilismo. Por ello, desde MORRISON quieren ofrecerte los modelos más TOP y originales con el fin de lucir esta tendencia en el asfalto.

First Class de Scharlau: los accesorios perfectos para el trabajo o para viajar



La exclusiva colección First Class de Scharlau está diseñada pensando en su estilo de vida activo y elegante. Esta colección ofrece una amplia gama de accesorios que son ideales tanto para el trabajo como para los viajes.

Seiko 5 Sports abre su primera pop-up store en Barcelona



La firma relojera japonesa aterriza en la Ciudad Condal con una tienda efímera dedicada a Seiko 5 Sports, la colección más disruptiva de la marca dirigida al público joven y actual.

La pop-up store, situada en la calle Consell de Cent de Barcelona, cuenta con una superficie de 30 m2 y ofrece un horario de lunes a sábado de 10:30h a 20:30h.

Savage Aristocrazy: el cocodrilo es el motivo protagonista



La firma joyera traslada la elegancia y poder del cocodrilo al mundo de la joyería con nuevos y llamativos diseños de anillos, brazaletes y pendientes, además de un collar y un broche, diseñados para que cada mujer pueda liberar y representar su espíritu y su fuerza interior

Las piezas de la nueva colección de Carrera y Carrera que debes incluir en tu joyero



Las joyas de la firma española Carrera y Carrera perduran en el tiempo, son objetos de deseo en los que su cuidada artesanía, la alta calidad de sus materiales y su indiscutible personalidad tienen un papel fundamental a la hora de valorar una inversión.

Longchamp Eyewear primavera-verano 2024



Los elementos más icónicos de Longchamp se reinterpretan con elegancia, subrayando la inconfundible atemporalidad de la marca.

STEPPING STRONG
STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM

La 33a edición de O80 Barcelona Fashion apuesta por nuevas formas de expresión a través de la tecnología y el arte digital



La 33a edición de O80 Barcelona Fashion apuesta por la innovación y la creatividad como motores de cambio en la industria de la moda. Además de las 24 presentaciones de diseñadores y marcas reconocidas, este año el evento presenta "O80 Aesthetics", un espacio multidisciplinar dedicado al arte digital y la música.

La iniciativa busca crear un espacio de diálogo y reflexión para creadores, diseñadores y la industria en general, explorando nuevas formas de expresión, consumir y relacionarse en el sector. Así lo han explicado el director general de Comercio, Jordi Torrades y Aladren, la directora del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Cataluña (CCAM), Agnès Russiñol y Amat, y la jefa del Área de Moda del CCAM y Project Manager del O80 Barcelona Fashion, Marta Coca y Ortiga, durante la rueda de prensa en la que se han presentado las principales novedades y contenidos de la nueva edición de la semana de la moda catalana.

En esta edición, el área abierta al público se amplía para acoger "O80 aesthetics", una exposición digital en el Pabellón de la Purísima que reunirá a artistas de renombre internacional vinculados al mundo de la moda. El objetivo es presentar un espacio de reflexión sobre el futuro del sector y ofrecer al público una experiencia creativa única que combina arte, música y tecnología.

La 33a edición de O80 Barcelona Fashion contará con un total de 24 presentaciones. El cartel, formado por 24 diseñadoras, diseñadores y marcas, cuenta con: 404 Studio, Avec Amour, Bielo, Cuenta Spain, Custo Barcelona, Dominico, Eñaut, Escorpio, Free Form Style, Ga Go Studio, Guillermo Justicia, Habey Club, Hoss Intropía, Jnorig, Larha, Lebor Gabala, Lola Casademunt By Maite, Martin Across, Menchen Tomas, Simorra, Sita Murt, The Label Edition, Txell Miras, Velásquez.

Firmas de todos los segmentos, combinando marcas emergentes con más consolidadas, comprometidas y concienciadas hacia los valores del O80 Barcelona Fashion.

Del 9 al 12 de abril el recinto Modernista de Sant Pau será el escenario de las presentaciones y actividades de O80 Barcelona Fashion.

Las marcas líderes de comunión y ceremonia apuestan por Día Mágico by FIMI



Las marcas líderes del sector de comunión y ceremonia han confirmado su presencia en Día Mágico by FIMI, la feria de referencia del sector y única monográfica del mundo, que se celebra en Feria Valencia del 10 al 12 de mayo y que en 2024 celebrará su décimo primera edición. Carmy, Marla, Amaya Fashion for Kids, Hortensia Maeso, Mon Air, Varones, Creaciones Charo, Mercedes de Alba, Beatriz Montero...

Más de 80 marcas de moda infantil participarán en el certamen para presentar sus exclusivas colecciones y sus últimas tendencias para la próxima temporada de comuniones y ceremonias. La presencia de estas marcas líderes refuerza el escaparate de Día Mágico by FIMI y la posiciona como la feria más importante del mundo especializada en ceremonia y comunión.

Alicia Gimeno, directora del certamen, añade que se volverá a celebrar Paseo Mágico, el desfile de moda de comunión y ceremonia. Un valor añadido para los profesionales de la moda infantil, que podrán asistir a una exclusiva pasarela en la que se mostrará todo el diseño en directo. "Es el momento más especial de la jornada en el que se podrá ver el movimiento de los vestidos, trajes, complementos y calzado. Un desfile de tendencias, un espacio de negocio y una herramienta de visibilidad para cada marca definen Paseo Mágico by FIMI, el desfile por excelencia del sector" apunta.

La 51ª edición de FUTURMODA cierra sus puertas con la presencia de más de 5.000 asistentes

La 51ª edición de FUTURMODA, el Salón Internacional de la Piel, Componentes y Maquinaria para el Calzado y la Marroquinería, ha concluido ayer con notable éxito, cerrando sus puertas a las 18:30h en la Institución Ferial Alicantina (IFA). Este evento bianual ha vuelto a ser un punto de encuentro clave para la industria, atrayendo a 4.883 visitantes registrados hasta las 13:00 horas del último día, y se estima que la cifra supere los 5.000 al cierre de la feria, avanzaban ayer fuentes de la organización de este evento.

La satisfacción entre los expositores ha sido más que notable, con un 95% de ellos confirmando su interés en participar en la próxima edición de FUTURMODA. Esta edición ha destacado por su innovación y por ofrecer una ventana hacia el futuro de la moda y la sostenibilidad.

Innovación y sostenibilidad: Pilares de FUTURMODA

La feria ha sobresalido no solo por la cantidad de visitantes y la satisfacción de los expositores, sino también por la calidad y la innovación de las propuestas presentadas. Entre las novedades, han destacado las innovaciones en maquinaria, incluyendo impresoras digitales capaces de decorar calzado directamente, y desarrollos ergonómicos como contrafuertes diseñados para facilitar el calzado sin necesidad de agacharse.

El compromiso con la sostenibilidad se ha hecho evidente en el



espacio Green Planet, una iniciativa que promueve los materiales naturales, ecológicos y reciclados. Este año, el Green Planet ha sido un punto de encuentro para aquellos que buscan incorporar prácticas más respetuosas con el medio ambiente en sus procesos de producción. Los visitantes han podido explorar una amplia gama de materiales innovadores, desde tejidos y cueros reciclados hasta suelas diseñadas con criterios de sostenibilidad.

Foro de Expertos y atracción internacional

El Foro de Expertos, con sus charlas y debates, ha sido otro de los puntos fuertes de la feria, ofreciendo conocimientos valiosos sobre las últimas tendencias y desafíos del sector. Las sesiones han estado muy concurridas, reflejando el interés por parte de los profesionales en estar al día con las novedades del sector.

La colaboración con el IVACE internacional ha permitido atraer a más de una docena de empresas de renombre internacional, demostrando el alcance y la importancia de FUTURMODA en el panorama global. Periodistas de revistas especializadas de todo el mundo han dado cobertura al evento, que ha contado con participantes de España, Francia, Portugal, Italia, Alemania, Turquía, Indonesia y China, consolidando su posición como un evento de referencia internacional en el sector.



Barcelona Bridal & Fashion Awards, la excelencia en moda nupcial ya tiene finalistas



La organización de Barcelona Bridal & Fashion Awards ha anunciado los nombres de los 15 finalistas en las 5 categorías del certamen, tras considerar las diferentes vertientes de la moda nupcial, desde el diseño de la colección hasta la campaña de comunicación, y valorar el talento creativo, la profesionalidad y la excelencia de las firmas en cada especialidad.

El acto de entrega de los premios, que tendrá lugar el 20 de abril en el marco de BBFW, contará con un presentador de excepción: será Randy Fenoli, el famoso diseñador y protagonista del reality televisivo "Say yes to the dress" que tiene por escenario la icónica tienda Kleinfeld Bridal, de New York. Las firmas ganadoras recibirán los galardones creados por Laura Carmona & Carol Pascual del estudio Cual de Valencia, que -en consonancia con la filosofía del salón- se dedica a conjugar lo artesanal

con lo digital en los ámbitos del arte y el diseño, realizando productos de Km 0.

Albasarí Caro, directora de BBFW, asegura que este evento será "una oportunidad única para celebrar la moda en todas sus vertientes, premiando el talento de los profesionales que se dedican con pasión a buscar la excelencia en su trabajo".

Para el "Premio al Vestido de Novia", sin duda uno de los más cotizados, han sido seleccionadas como finalistas las firmas Galia Lahav (Israel), Cucculelli Shaheen (EE.UU.) y Pnina Tornai (EE.UU.). Una de ellas obtendrá el reconocimiento al diseño más icónico y creativo, capaz de marcar tendencia entre las novias de la próxima temporada.

El "Premio a la Colección Nupcial" se otorgará a la colección más visionaria y capaz de reflejar la mujer actual y futura, creada por una de estas 3 marcas: Ines Di Santo (Canadá), Marco & María (España) y Sophie et Voilà (España).

Por su parte, Luigi Bianchi (Italia), Lucas Balboa (España) y Mans Concept (España) competirán para el "Premio a la Colección de Novio", que reconoce la innovación y versatilidad en moda masculina nupcial.

En la categoría del "Premio a la Colección Red Carpet", entre Jenny Packham (Reino Unido) y Saiid Kobeisy y Georges Hobeika, ambos del Líbano, el jurado elegirá la que mejor represente la sofisticación, la

elegancia y el glamour en los eventos de etiqueta.

Finalmente, Serravalle (Alemania), Alexandra Grecco (EE.UU.) y Yolancris (España) son las tres candidatas al "Premio a la Campaña de Imagen", que reconoce la excelencia en el enfoque visual y artístico aplicados a la imagen y la comunicación en el mundo nupcial.

Como novedad, en esta edición el público podrá votar y otorgar el "Premio People's Choice" a una de las marcas que desfilaron en la pasarela de BBFW 2023. Además, se entregarán reconocimientos honoríficos, como el "Premio Barcelona Goes Bridal Brand" a la firma catalana que más visibiliza la ciudad de Barcelona, y el "Premio Trayectoria" al diseñador que haya destacado a lo largo de su vida por sus aportaciones personales y profesionales al mundo de la moda.

BBFW, organizado por Fira de Barcelona con el apoyo del Departament d'Empresa i Treball de la Generalitat de Catalunya, será el epicentro de la moda bridal del 17 al 21 de abril en el recinto ferial de Montjuïc. Con la participación de 37 diseñadores en la pasarela y más de 350 firmas, el 80% internacionales, en el trade show, el salón reafirma su liderazgo como la principal plataforma impulsora de negocios, internacionalización y networking en el mundo de la moda bridal.

La 11ª edición de Atelier Couture fue un auténtico escaparate de la excelencia artesana

Los pasados 12 y 13 de marzo se presentaron en la 11ª edición de Atelier Couture creaciones de grandes artesanos españoles que elaboran en sus ateliers historias personales hechas a mano. Catorce desfiles, dieciocho colecciones y tres exposiciones de Costura, bordados y artesanía en el calzado desvelaron una vez más el trabajo impecable, la dedicación y el nivel de conciencia que implica el desarrollo de cada propuesta, dando muestra de lo que es la "Excelencia en la Artesanía".

El Palacio de Santoña, sede de la Cámara de Comercio de Madrid, fue el escenario donde se desarrolló una edición que acogió a más de cuatro mil asistentes entre diseñadores, agentes del sector, instituciones, medios de comunicación y público general. En un ambiente cálido y distendido todos pudieron disfrutar de un

nivel de propuestas muy cuidadas, a la vez que eclécticas y rupturistas con el concepto de ceremonia al uso. Propuestas de vestidos y trajes atemporales que combinaban tradición y tendencia.

Se presentaron colecciones para ceremonia y eventos especiales en los desfiles de José Acosta (Proexca) / Ogadenia Couture (Proexca Y Gran Canaria Moda Cálida) / Oswaldo Machín (Proexca Y Lanzarote Moda) / Diazar (Proexca E Isla Bonita Moda) / Alejandro Maíllo, Carolina Gázquez, Sara Santiago, José Martín Y Esther Noriega (Ceo Y Junta De Castilla Y León) / Inmaculada Rodríguez / Sara Omatos / Lucía Cano / De La Cierva & Nicolás / Jordi Dalmau / Asn Madrid / María Diezma / Susana Hidalgo (Málaga De Moda) / Silvia Fernández.

Muchas de las creaciones estaban

inspiradas en la naturaleza, otras evocaban la elegancia de épocas pasadas, y todas con su propio ADN confluían en un punto en común: resaltar la belleza natural y la versatilidad de la mujer y el hombre actual.



La 5ª Texhibition Istanbul cierra con un balance positivo: 557 expositores, 25.752 visitantes y 35.000 metros cuadrados

La quinta edición de la Feria de Telas y Accesorios Textiles Texhibition Istanbul del 6 al 8 de marzo de 2024, organizada por ĐTKĐB Fuarcılık A.Đ. en cooperación con la Asociación de Exportadores de Textiles de Estambul (ĐTHĐB), presentó la oferta de 557 expositores que mostraron toda la gama de la sección de suministro textil: desde tejidos, prendas de confección y de punto hasta accesorios y cuero artificial. Como novedad, esta edición incluyó una sala separada para hilos y denim, el salón BlueBlackDenim. Con esta feria comercial, Texhibition ha más que duplicado su espacio en comparación con el último evento, alcanzando los 35.000 metros cuadrados.

“Estamos orgullosos de haber logrado nuestro objetivo de hacer de Texhibition una feria de marca. Comenzamos con 5.000 metros cuadrados de espacio de exposición en 2022 y ahora ocupamos 35.000 metros cuadrados con esta última quinta edición, con la calidad de los expositores siendo nuestra máxima prioridad. Son seleccionados cuidadosamente según criterios estrictos como la alta calidad, la sostenibilidad y el diseño de sus productos, su capacidad para crear colecciones y su exportabilidad. Hemos reunido a las mejores empresas del país en Texhibition, con otras 200 empresas ya en lista de espera. La feria es internacionalmente competitiva y está en camino de convertirse en el nuevo centro de eventos textiles globales”, explica Fatih Bilici, Vicepresidente de ĐTHĐB y Presidente de Texhibition Istanbul.

Texhibition Istanbul una vez más reunió a todos los componentes de la industria textil y ofreció una visión general completa de todos los grupos de productos en el sector textil: desde tejidos hasta confección y prendas de punto, desde denim hasta accesorios textiles - Texhibition Istanbul actúa como un punto de contacto central para toda la industria internacional, con un claro enfoque en calidad, innovación y las últimas tendencias como las empresas de denim Bossa, Çalık, Đsko, Đskur y KipaĐ en el Salón BlueBlackDenim.

Empresas de hilados como Aksa, DiktaĐ, Ensar, Karafiber, Kaplanlar, Korteks, Migiteks, Sasa, Tepar mostraron el poder de producción del sector de hilados en el pabellón 7, donde se unió el más alto nivel de calidad de producto, diseño y mano de obra.

Además de gigantes del mercado conocidos como Almodo, Bahariye, BTĐ, Can Textile, Iskur, KipaĐ, Menderes, SöktaĐ, Yünsa, Zorlu, Đpeker, una gran cantidad de otras empresas eficientes orientadas a la exportación de los segmentos de textiles

(tejidos y punto) presentaron sus últimos diseños y productos.

La alta calidad del evento, que proporciona excelentes oportunidades de networking con la industria textil global, fue especialmente favorable para los expositores, quienes también recibieron muy bien el establecimiento de la plataforma de feria en Estambul.



Visitantes

25,752 visitantes vinieron de más de 112 países. De éstos, 41.8% de la Unión Europea (incluyendo Alemania, Italia, Países Bajos, España, Rumania, etc.) y Gran Bretaña, Ucrania, 26.5% de Asia (incluyendo Rusia, etc.), 14.8% de Oriente Medio (incluyendo Jordania, Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita) 10.7% de África del Norte (incluyendo Argelia, Túnez, etc.), 3.1% de América del Norte (Estados Unidos, Canadá), 3.1% de América del Sur y otros países. Los compradores estadounidenses de Estados Unidos y Canadá en particular, pero también un gran número de compradores mexicanos y colombianos aprovecharon las numerosas oportunidades de emparejamiento en Texhibition. Se llevaron a cabo muchas reuniones B2B y facilitaron la realización de numerosos pedidos, incluidos de cuentas clave como Alexander Wang, Asos, Forever 21, Sainsbury's, Veronica Beard, etc.

Compradores estadounidenses de Estados Unidos y Canadá en particular, pero también un gran número de compradores mexicanos y colombianos aprovecharon las numerosas oportunidades de emparejamiento en Texhibition. Se llevaron a cabo muchas reuniones B2B y llevaron a la realización de numerosos pedidos, incluidos de cuentas clave como Alexander Wang, Asos, Forever 21, Sainsbury's, Veronica Beard, etc.

Programa de apoyo Infotainment

Los visitantes mostraron un gran interés en los seminarios organizados en dos salas separadas de la feria, manteniendo el pulso del sector. El extenso programa de seminarios y talleres, con un total de 16 eventos durante los tres días de la feria, ofreció una amplia gama de temas: desde productos orgánicos y sostenibles hasta enfoques tecnológicos y digitales, futuro del denim y diseños independientes del clima.

Las exportaciones en el foco de la industria textil y de confección de Turquía

El sector textil y de confección de Turquía alcanzaron un valor total de exportación de 28.5 mil millones de dólares en 2023. Con exportaciones anuales de 12 mil millones de dólares, el sector textil turco ocupa el quinto lugar entre las exportaciones textiles globales y es el segundo proveedor más grande de la UE.

Türkiye se ha establecido como uno de los principales productores textiles del mundo, con una rica tradición y una amplia gama de productos que van desde telas de alta calidad hasta artículos de moda trendy. Türkiye se ha ganado una reputación como centro de



producción textil gracias a su capacidad para fabricar productos de alta calidad de manera eficiente y rentable. Cuenta con capacidades de producción integradas que pueden cubrir todas las etapas de producción en el sector textil y de confección. Con instalaciones de fabricación modernas, una fuerza laboral bien capacitada y un fuerte enfoque en la innovación, Türkiye ha desarrollado una amplia gama de productos textiles que tienen demanda tanto a nivel nacional como internacional.

Techtextil y Texprocess impulsan el nuevo espacio Nature Performance



Ya sean materiales de base biológica, reciclados o degradables, economía circular o diseño regenerativo: el desarrollo de soluciones sostenibles en la industria textil está progresando a un ritmo rápido. Las fuerzas impulsoras detrás de esto ya no son solo los beneficios ecológicos. Hoy en día, los productos y procesos sostenibles no son de ninguna manera inferiores a sus competidores convencionales en términos de rendimiento y también son cada vez más rentables. Más del 15 por ciento de los expositores de Techtextil ya tienen fibras y materiales naturales en su gama de productos.

“Como uno de los principales impulsores de la industria textil, la sostenibilidad se está convirtiendo cada vez más en un factor empresarial decisivo. Con nuestros nuevos formatos, estamos creando plataformas para innovaciones relevantes y marcapasos innovadores en la industria y apoyando a los participantes del mercado de todas las áreas de producción y aplicación en la creación de redes en un contexto sostenible”, dice Sabine Scharrer, Directora de Gestión Técnica de Textiles y Procesamiento Textil de Marcas en Messe Frankfurt, describiendo el objetivo del nuevo programa.

Nuevo: Área Nature Performance

Un punto culminante especial en Techtextil es el área “Nature Performance”. Esto se encuentra en el pabellón 9.1 del segmento de productos de fibras e hilos. Los expositores participantes presentarán materiales alternativos, reciclables y sostenibles

de última generación con propiedades funcionales a prueba de futuro. Su espectro abarca desde fibras y materiales naturales hasta fibras y materiales de base biológica. Las presentaciones de los expositores se centrarán en su rendimiento para una amplia gama de aplicaciones, desde la arquitectura, la construcción, la movilidad y la medicina hasta la industria de la confección.

Uno de los expositores en el Área de Rendimiento Natural es la start-up suiza OceanSafe, que presenta aquí su innovación “naNea”. “En términos de durabilidad y rendimiento, nuestras fibras e hilos certificados Cradle to Cradle incluso superan a la solución clásica, ya que no solo son biodegradables, sino también inherentemente ignífugas e hidrofílicas. Esto los hace particularmente atractivos para muchos campos de aplicación, desde la moda y la ropa deportiva hasta la industria y la automoción”, explica Manuel Schweizer, fundador y CEO de OceanSafe.

“La sostenibilidad solo funciona en colaboración con la investigación, las empresas de fabricación, las marcas y las nuevas tecnologías, lo que requiere una buena visibilidad de las innovaciones y los nuevos desarrollos. Por lo tanto, acogemos con satisfacción el hecho de que Techtextil esté poniendo el tema en el centro de atención de manera tan prominente con esta área concentrada”, dice, haciendo hincapié en el valor del área para la industria.

“Para una empresa prometedora como Vegeto, Techtextil es una valiosa oportunidad para introducir nuestro aislamiento térmico basado en plantas hecho de fibras de algodón en nuevos mercados. Abre la puerta a nuevas relaciones comerciales con aquellos más interesados en la innovación textil, en un espacio dedicado a los materiales sostenibles. Hay un enorme potencial para las fibras naturales y es crucial hacer que estas soluciones ecológicas de alto rendimiento estén ampliamente disponibles. Por lo tanto, Techtextil es definitivamente un buen lugar para unirse a una vasta red de proveedores proactivos”, dice Ghyslain Bouchard, Gerente General de Vegeto.

Nuevo: Future Materials by FranklinTill

En la misma área, la reconocida agencia de tendencia y futuro FranklinTill invita a los visitantes a obtener una visión emocionante del estado actual del diseño regenerativo. Bajo el título Future Materials, FranklinTill cura y honra a los diseñadores y productores visionarios que están haciendo una contribución especial en este campo. La biblioteca de materiales orientada a

nivel mundial muestra textiles de última generación, enfoques exitosos y proyectos progresivos, abriendo nuevas perspectivas para productos, asociaciones y redes para los visitantes interesados. Además de Heimtextil, la exitosa exposición también se presentará en Techtextil por primera vez en 2024. (Un vistazo a la biblioteca de materiales)

Nuevo: Econogy

El área de Nature Performance forma parte del programa Econogy que Messe Frankfurt ha introducido para sus eventos textiles globales. La nueva etiqueta consolida los numerosos formatos de redes e información sobre el tema de la sostenibilidad y crea transparencia a través de criterios de evaluación estandarizados. El término Economía significa el vínculo inseparable entre la economía y la ecología y, por lo tanto, indica la dirección del tema rector orientado al futuro.

Econogy Finder: El Econogy Finder es un elemento clave del programa. El directorio en línea enumera exhaustivamente a los expositores con ofertas sostenibles que han sido certificadas y verificadas por expertos. En el propio Techtextil, la etiqueta verde en los stands de la exposición identifica a los expositores de Econogy. De esta manera, los visitantes también pueden descubrir espontáneamente nuevos socios interesantes para sus estrategias sostenibles.

Charlas de Econogía: Las Charlas de Economía proporcionan temas y soluciones actuales. Las conferencias y paneles de discusión de alto perfil se llevarán a cabo como parte del Foro Techtextil en el Pabellón 9.1. Los temas van desde las nuevas tecnologías hasta las innovaciones de productos. Ricardo Vega Ayora de ITA Academy GmbH, por ejemplo, abordará la cuestión de cómo se puede utilizar la IA para la optimización de la energía. O Robin Odon de Techtera y Johannes Leis de STFI, Sächsisches Textilforschungsinstitut e.V. arrojan luz sobre el desarrollo de procesos circulares para compuestos de carbono y fibra de vidrio en el proyecto MC4.

Los Econogy Tours, por otro lado, están dirigidos por expertos independientes de la sucursal a empresas seleccionadas que convienen con sus enfoques y ofertas sostenibles. Durante el recorrido, los participantes se sumergen en las últimas innovaciones y tecnologías, conocen a proveedores visionarios y se conectan con socios potenciales y pares interesados de todos los sectores.

MOMAD fortalece su perfil internacional y se posiciona como la feria líder en novedades del sector



MOMAD, la primera feria en la industria de la moda, accesorios y calzado de España y del Sur de Europa, ha cerrado las puertas de su última edición con un aumento del 12% en visitantes respecto a la convocatoria de septiembre de 2023. De este modo, la feria ha recibido a más de 6.500 profesionales en el pabellón 8 del Recinto Ferial de IFEMA MADRID desde el viernes 9 al domingo 11 de febrero de 2024.

Un creciente perfil internacional

De las más de 300 firmas de moda que han participado en esta edición el 50% son internacionales. Esta amplia oferta de nombres reconocidos en la industria de la moda ha atraído a un 16% de visitantes internacionales procedentes de 59 países, además de los nacionales, con origen en Europa (Alemania, Austria, Andorra, Reino Unido, Países Bajos, Polonia, Bélgica, Croacia, Francia, Grecia, Dinamarca, Italia...); América

(Canadá, Argentina, Chile, Costa Rica, Cuba, Ecuador, México...); Asia (Arabia Saudí, China, India, Irán, Israel...); África (Guinea Ecuatorial, Líbano, Marruecos...) o procedentes, incluso, de Oceanía (Australia).

El mejor escaparate para presentar novedades

Una de las principales razones por la que los visitantes consideran muy relevante la asistencia a MOMAD es, entre otras cuestiones, por conocer novedades del sector. Esto requiere de un notorio esfuerzo por parte de la organización para atraer firmas nuevas que garanticen la visita de profesionales del sector moda, lo que se ha visto traducido en la presencia de un 31% de marcas nuevas en esta edición. Dicha presencia ha permitido ser uno de los focos de atracción de visitantes, tanto nacionales como internacionales.

Completaron la oferta, la celebración de la

Pasarela MOMAD, que a lo largo de los tres días acogió desfiles de 28 marcas en un espacio en el que también se desarrollaron cinco ponencias.

La feria contó también con el concurso de talentos emergentes MOMAD Talents by ISEM que batió un récord absoluto con el registro de más de 50 candidaturas para participar como firmas ganadoras en la celebración de la feria. Las dos marcas seleccionadas fueron MOCLAN y KAUS Studio.

Una oferta y una actividad comercial que ha generado un importante impacto en el ámbito digital cuya comunidad suma más de 75.000 seguidores, que han participado de alrededor de 600 publicaciones real time y han generado más de 23.000 interacciones.

MOMAD febrero 2024 se ha celebrado en coincidencia con Intergift, alta decoración y regalo; Madridplata y más by Madridjoya; y Bisutex. La próxima convocatoria tendrá lugar en el mes de septiembre en IFEMA MADRID.



La mayor plataforma informativa de la MODA en España

Diaria

Website: www.edicionessibila.com

Diaria

Newsletter: de lunes a viernes

Quincenal

PuntoModa Magazine

Mensual

Prensapiel Magazine

Trimestral

Textil y Moda Magazine

HTML

Si quieres personalizamos tus envíos promocionales de email HTML (+32.000 direcciones de mail).

Subscripción

Subscríbete enviando un mail a: essl@edicionessibila.com

Media Kit

Solicita nuestras tarifas de publicidad enviando un mail a: essl@edicionessibila.com

Follow us:

