

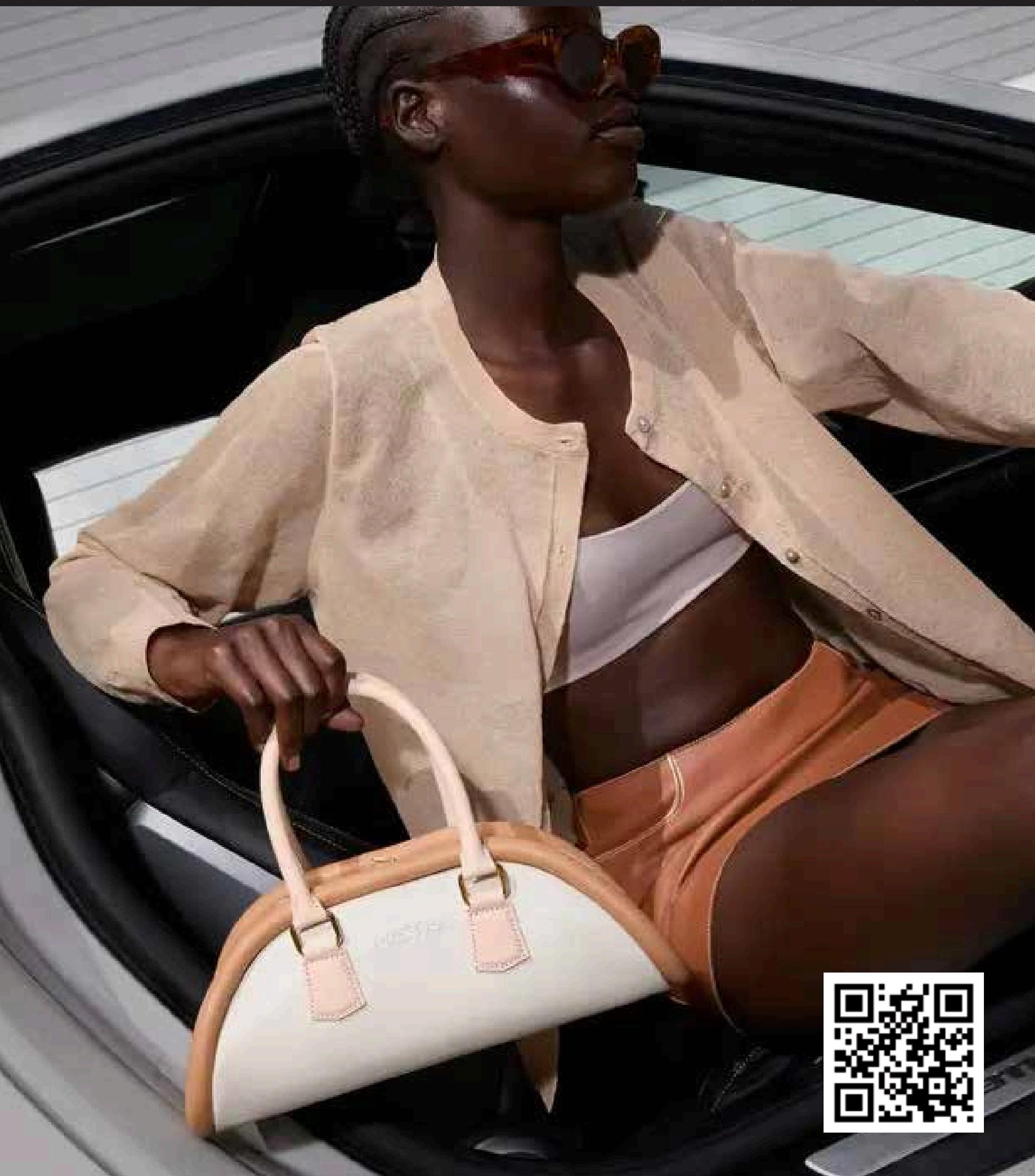


PRENSAPIEL

REVISTA PROFESIONAL DEL SECTOR DE LA PIEL



NÚMERO 300 · JUNIO 2024 · 18 Euros · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · prensapiel@prensapiel.com · www.prensapiel.com



© ASOCIACION ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO



FUTURMODA

FASHION TREND SELECTION THE BEST FOR SHOES & BAGS

IFA - ELCHE - ALICANTE

fall
winter
SPAIN
25/26



52 EDITION

16/17

OCTOBER 2024

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

WWW.FUTURMODA.ES



FIRA ALACANT



ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO



Excelentísimo AYUNTAMIENTO de ELCHE



Ayuntamiento de Elda



GENERALITAT VALENCIANA
Conselleria de Innovación, Indústria, Comerç i Turisme



NUESTRA PORTADA:
Mietis

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

La Asociación Creadores de Moda de España (ACME) da la bienvenida a dos nuevas firmas: Juan Avellaneda x See lou y Guillermina Baeza

Dos nuevas firmas se unen al objetivo de ACME de seguir defendiendo el valor de los oficios y la necesaria renovación de la tradición.

En un momento en el que resulta fundamental valorar y respaldar los principios de la moda de autor española, la Asociación Creadores de Moda de España (ACME) da la bienvenida a dos nuevas firmas, reafirmando su compromiso de proteger y promover el conjunto de la creación de moda en España. Juan Avellaneda x See lou y Guillermina Baeza comparten con el resto de los asociados los valores del slow fashion nacional, como la defensa de la producción local, la calidad y la revitalización de las artesanías.

Juan Avellaneda x See lou

La elegancia atemporal y los diseños contemporáneos son los cimientos sobre los que se fundamenta See lou, una firma de moda femenina fundada en 2020 por Susana Bartolomé y Jorge García. Ahora, incorpora a Juan Avellaneda como director creativo de la misma para crear Juan Avellaneda x See lou.

El diseñador barcelonés es capaz de fusionar conceptos innovadores con ejecuciones impecables donde la calidad se convierte en su seña de identidad. Honestidad, versatilidad, actitud e integridad son las cuatro palabras que resumen el ADN de Juan Avellaneda x See lou y que cobran vida en cada una de sus propuestas.

Guillermina Baeza

Por su parte, Guillermina Baeza se distingue por sus colecciones de baño de alta calidad con un estilo innovador. Desde su lanzamiento en los años 80, el diseño de sus prendas nace con el propósito de que cada mujer exprese su seguridad y singularidad sin renunciar a la comodidad. Sus creaciones abrazan la economía de proximidad en piezas inspiradoras que unen elegancia y tradición. Sus materias primas, patrones y confección reflejan los más altos estándares de calidad y también su compromiso con el planeta, gracias a la incorporación del sistema EcoWave, una gama de tejidos pionera y respetuosa con el medio ambiente.

Las fibras recicladas de botellas de plástico y las redes de pesca desechadas en el mar Mediterráneo hacen tangibles las ideas que forman parte del imaginario creativo de la marca.

LCI Barcelona abrirá su nuevo campus triplicando el número de alumnos, la gran mayoría extranjeros

Se prevé que más de 1.000 nuevos estudiantes internacionales llegarán a Barcelona en busca de vivienda.

Barcelona sigue atrayendo jóvenes talentos internacionales y se espera que en los próximos meses desembarquen más de 1.000 estudiantes extranjeros, muchos de ellos en busca de vivienda. Concretamente cerca de la zona del distrito 22@, donde la escuela LCI Barcelona estrenará su nuevo campus en el inicio de curso 2024/2025. Una previsión que supondrá un aumento en la demanda de vivienda en la zona.

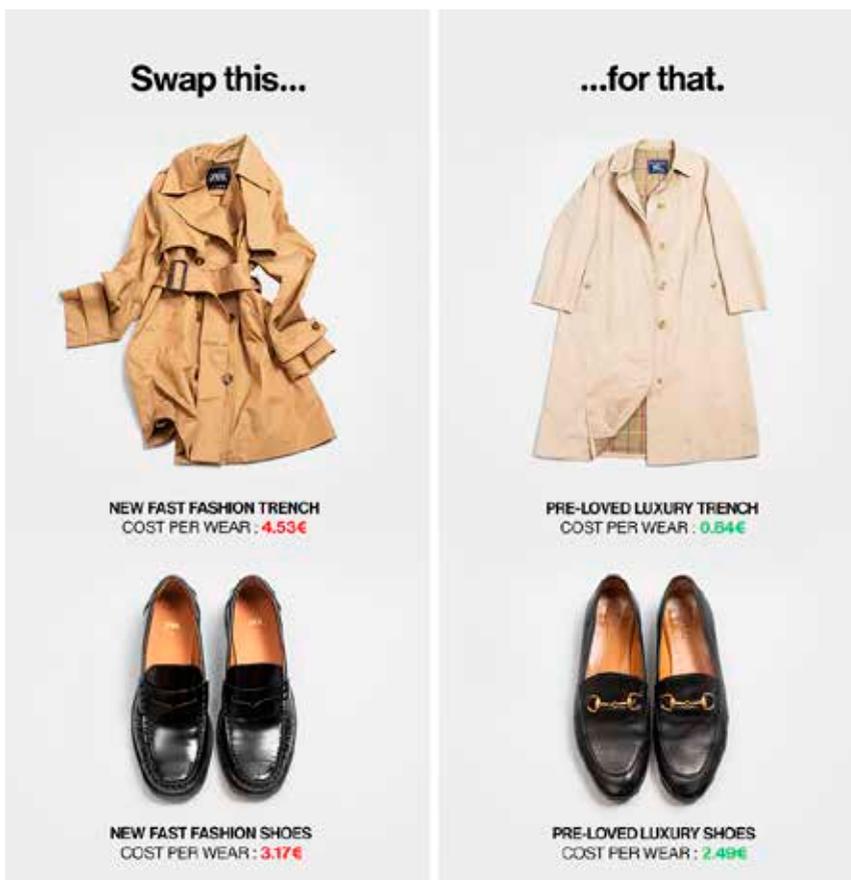
Este nuevo campus de LCI Barcelona tendrá un impacto positivo de más de 41,6 millones de euros para la Ciudad Condal en los próximos cinco años solo procedente de dichos estudiantes internacionales. La escuela comenzará a dar clases en su nueva sede del distrito 22@ en el curso 2024/2025, lo que permitirá ampliar la cantidad de alumnos y atraer jóvenes talentos a nivel mundial. "Es todo un impulso para Barcelona, que va a ser referencia no solo en Europa sino también en el mundo dentro del diseño, las artes visuales y la creatividad", adelantan desde el centro.

El nuevo campus desarrollado ha contado con una inversión de 35 millones de euros, situándose a solo 400 metros del Disseny Hub. Las instalaciones ocupan un tamaño de 11.000 metros cuadrados con una notable mejora de las instalaciones y toda la construcción es sostenible. El traslado de LCI Barcelona al distrito 22@ supone unirse a las más de 12.000 empresas que forman parte de la zona. Todas ellas orientadas al mundo de la innovación, la tecnología y el diseño, y que suponen ya el 14,5% del PIB de la ciudad con más de 10.000 millones de euros y el 6,3% del tejido productivo.

Distribución

Vestiaire Collective: "el planeta no puede permitirse el fast fashion"

Vestiaire Collective publica su Circularity Report, con el que pretende cambiar la percepción que tienen los consumidores del precio de un artículo, animándoles a invertir en prendas sostenibles desde el punto de vista económico y medioambiental.



Vestiaire Collective, la plataforma líder mundial de moda de lujo de segunda mano, continúa con su misión de cambiar la forma en que la gente consume moda con la publicación de su último informe, que demuestra que el planeta no puede permitirse el coste del fast fashion.

Además de sus devastadoras consecuencias climáticas, el informe revela que realmente el fast fashion no es más asequible. Dado que la barrera del precio sigue siendo un factor importante para los consumidores, Vestiaire Collective da un paso más en su misión introduciendo un enfoque innovador para comprender el verdadero valor de la moda: la métrica del coste por uso de la prenda.

Con este estudio, Vestiaire Collective pretende cambiar la percepción que tienen los consumidores del precio de un artículo, animándoles a invertir en prendas sostenibles desde el punto de vista económico y medioambiental.

"El fast fashion asequible es una falsa economía. Comprar moda barata es engañoso, ya que al final acabas sustituyendo los artículos una y otra vez. Defendemos la circularidad porque no solo beneficia a los bolsillos de los consumidores, sino que también protege nuestro planeta. Los artículos de lujo de segunda mano son más rentables con el tiempo y tienen una vida útil más larga. Nuestro lema 'segunda mano, primera opción' tiene ahora más sentido que nunca".
-Dounia Wone, Chief Impact Officer de Vestiaire Collective.

Inditex destina cinco millones de reales a los afectados por las inundaciones de Río Grande do Sul

La aportación, que se realizará a través de SJMR y FyA Brasil, contribuirá a paliar las necesidades materiales y psicosociales de más de 8.400 personas afectadas.



Inditex destina 5 millones de reales -alrededor de 900.000 euros- para paliar las consecuencias de las inundaciones en el estado de Río Grande do Sul, en el sur de Brasil, a través de las entidades sin ánimo de lucro SJMR y FyA Brasil. Esta aportación se completará con la donación en especie de alrededor de 25.000 prendas de las colecciones de Zara para su distribución a los afectados.

La aportación aspira a atender las necesidades materiales y psicosociales a corto, medio y largo plazo de más de 8.400 personas damnificadas por las fuertes lluvias en la región, que han provocado el desbordamiento e inundación de los ríos Pardo, Jacuí, Sinos, Tacuari, Caí y Gravataí, así como el del Guaíba, situado en Porto Alegre.

En conjunto, las precipitaciones, que triplican a las habituales en esta época del año, han afectado a más de 1,4 millones de personas y al 70% de municipios de la región.

Distribución

Triumph abre dos nuevos espacios My Atelier en El Corte Inglés de Preciados y Marbella

El innovador concepto de la firma con atención personalizada y líder en tecnología de moda íntima, llega por segunda vez a Madrid y desembarca por primera en Marbella.

El Centro Comercial de El Corte Inglés de Preciados es el segundo centro en la capital que recibe My Atelier de Triumph en España. Un innovador concepto que abrió por primera vez hace casi un año en El Corte Inglés de Pozuelo, y que ahora regresa con un espacio de 35 metros cuadrados.

Marbella es el otro destino elegido para albergar My Atelier en España, concretamente en El Corte Inglés situado en la calle Ramón Areces con 30 metros cuadrados.

El Corte Inglés de Marbella

y el de Preciados en Madrid serán el segundo y tercer gran almacén en España que recibirán My Atelier, el nuevo concepto de tienda con atención personalizada de la firma Triumph.

Con estas nuevas aperturas en España de la mano de El Corte Inglés, la marca líder en moda íntima, continua la expansión de esta innovadora experiencia hasta la fecha. My Atelier ofrece a sus clientes una experiencia de compra renovada e interactiva que va más allá de los espacios tradicionales.



La nueva colección de Dulceida x Krack ya está disponible ¡y te va a encantar!

De forma exclusiva en tiendas de Krack y en su web ya puedes hacerte con las nuevas sandalias diseñadas por Dulceida y que prometen convertirse en tus imprescindibles de verano.



PARADISO SS24 es la octava colección que la influencer Aida Domenech diseña en exclusiva para Krack, compuesta por tres modelos de sandalias veraniegas en vibrantes tonos. Se trata de una propuesta apetecible y cómoda, pensada para vestirse tanto en looks relajados, propios del verano, como en looks sofisticados y elaborados, siempre transmitiendo la sensación de estar en unas vacaciones infinitas.

Colores frescos y en tendencia como hilo conductor en una propuesta veraniega y divertida: los toques verdes de las palmeras, el naranja de las puestas de sol y el azul del mediterráneo dan lugar a la paleta cromática que compone la cápsula.

Primark inaugura por todo lo alto su tienda en Conde de Peñalver

Con una inversión de más de 15 millones de euros, es la tienda número 63 de Primark en España.



La nueva tienda de Primark, que en el pasado fue el emblemático Cine Salamanca, un edificio de 1935 declarado Bien de Interés Cultural (BIC), rinde homenaje a la época del cine de los años 30. Los clientes podrán contemplar una estética de cine encantadora, con la escalera de la entrada restaurada, un gran vestíbulo con el techo a cielo abierto, elementos de diseño en rojo y dorado, tipografía cinematográfica, iluminación teatral y una gran pantalla digital al estilo de un cine.

La Fundación Global Nature visita Leather Cluster Barcelona

Durante los días 9 y 10 de abril, la fundación dedicada a la protección de la naturaleza, Global Nature, ha visitado el ecosistema de la piel del clúster.

Con sede en Madrid, la Fundación Global Nature, es una entidad privada de ámbito estatal y carácter benéfico docente comprometida con la biodiversidad, constituida en 1993 e inscrita en el Registro de Fundaciones del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. Sus fines fundacionales son la conservación, protección y ordenación del medio ambiente.

Los proyectos que desarrollan contribuyen al mantenimiento y recuperación de hábitats y de especies amenazadas, de innovación tecnológica y de recuperación de actividades agropecuarias tradicionales. Como Fundación benéfica docente, sus proyectos tienen una buena parte de educación ambiental, a través de cursos, seminarios, conferencias, intercambios juveniles, campos de trabajo y la edición de los trabajos de investigación.

La delegación de Global Nature que ha visitado Leather Cluster Barcelona, ha estado formada por Amanda de Rio Murillo, directora técnica de la fundación y por Ana Martínez Crucis, técnica ambiental.

Estos dos días, se han mantenido reuniones en la sede del clúster, la Adobería Bella, para intercambiar conocimiento sobre los proyectos de la fundación y del

clúster y estudiar la colaboración conjunta en ámbitos que van desde la sostenibilidad, la economía circular, la agricultura regenerativa o la trazabilidad.

También ha tenido lugar un encuentro entre la fundación, el clúster y Vicenç Tonijuan, directivo de un importante grupo de empresas agroalimentarias asociadas a Leather Cluster Barcelona, dedicadas a la elaboración, preparación y comercialización de productos y subproductos cárnicos con un sistema de trazabilidad que garantiza un estricto conocimiento detallado del producto desde que el animal nace hasta el consumidor final.

Durante su estancia en Igualada las representantes de la Fundación Global Nature han hecho visitas a las curtidorías de Curtidos Badia, al Museo de Cal Granotes, a A3 Leather Innovation Center del Campus Igualada UdL y a la depuradora de la industria curtidora de Igualada, IDR, donde han conocido la planta piloto para regenerar y dar una segunda vida a las aguas depuradas.

Por otro lado, Jaume Suriñach directivo de la empresa asociada al clúster Adobinve, ha hecho una presentación sobre métodos innovadores de valorización de la piel y sus subproductos a raíz de la visita que

realizó al ecosistema de economía circular integral del grupo JBS en Brasil centrado en la agricultura regenerativa.

Finalmente, se ha hecho una visita conjunta de los representantes de Global Nature y de Leather Cluster Barcelona, a la finca de la Fundación Catalunya La Pedrera donde se está llevando a cabo un proyecto de silvopastura al pie de la montaña de Montserrat.



La Agencia Europea de Productos Químicos (ECHA) pide disculpas a las patronales europeas del cuero (COTANCE) y del calzado (CEC) por sus afirmaciones erróneas

La Agencia Europea de Productos Químicos (ECHA) ha pedido disculpas pública y formalmente por transmitir erróneamente, a través de sus canales de comunicación, la impresión de que los artículos de cuero y el calzado tienen posibles propiedades cancerígenas debido a Cr VI.

Tras la queja formal de las industrias europeas del cuero (COTANCE) y las europeas del calzado (CEC), la Agencia Europea de Productos Químicos (ECHA) se ha disculpado formalmente por transmitir erróneamente, a través de sus canales de comunicación, la impresión de que los artículos de cuero y el calzado tienen posibles propiedades cancerígenas debido a Cr VI.

La comunicación engañosa de la ECHA se señaló el pasado 15 de marzo en una carta conjunta de COTANCE y CEC. En la misma, denunciaron una infografía en la página web de la ECHA de su campaña "Prevención del cáncer" y la correspondiente publicación de LinkedIn por ser inexacta y engañosa, recordando a la Agencia: "que Chromium VI no se utiliza para broncear el cuero y que el curtido Chromium no es el único método de bronceado

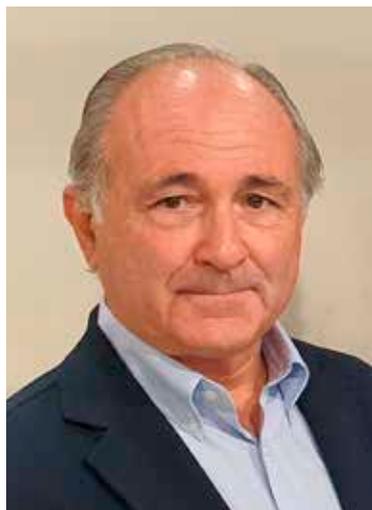
en el sector. Sin embargo, la infografía da la impresión de que el cuero contiene automáticamente Chromium VI, y que es probable que esta presencia cause cáncer. Esto crea preocupaciones injustificadas en los consumidores, que pueden distanciarse de los artículos de cuero".

La carta aclaró además que la restricción real de la UE sobre el cromo VI en el cuero se refiere a sus posibles propiedades sensibilizantes de la piel, no a su carcinogenicidad.

La respuesta formal de la ECHA llegó el 9 de abril, que declaró: "Nosotros [ECHA] nos disculpamos por este error y hemos corregido la infografía, tan pronto como se llamó nuestra atención sobre ella, para reflejar la situación real. También hemos eliminado la publicación de LinkedIn a la que se hace referencia en su carta".

El español Manuel Ríos es reelegido como presidente de COTANCE por otros dos años

La Asamblea General de la patronal europea de los curtidores, la Confederación de Asociaciones Nacionales de Curtidores de la Comunidad Europea (COTANCE), celebrada el miércoles 15 de mayo de 2024 en Bruselas reelegió por unanimidad al español Manuel Ríos Navarro para que continuara guiando al sector durante los próximos dos años.



CEO de INPELSA, la principal curtiduría española de piel de oveja ubicada en Canals (Valencia), Manuel Ríos ocupa la posición más alta en el organismo de la industria del cuero de Europa desde 2021.

El presidente Ríos estará asistido y apoyado en la presidencia de COTANCE por los vicepresidentes Fabrizio Nuti (Italia), Jean Christophe Muller (Francia) y Rino Mastrotto (Italia). Philippe Joucla (Francia), vicepresidente saliente, recibió una calurosa despedida por su mandato en COTANCE.

Manifiesto

Los delegados de Italia, Francia, España, Alemania, Reino Unido, Portugal y Hungría que asistieron a la Asamblea también adoptaron el Manifiesto 2024 COTANCE, que resume las principales peticiones a la UE en vista de la nueva legislatura con las próximas

elecciones europeas y el nombramiento de una nueva Comisión.

El presidente de COTANCE, Manuel Ríos, dijo: "Estoy muy orgulloso de la confianza recibida de mis compañeros por liderar nuestra industria en estos tiempos complicados, y feliz por el apoyo de mis colegas en la Presidencia de COTANCE. No nos abstendremos de esforzarnos para garantizar que nuestras autoridades de la UE conozcan las necesidades de nuestras empresas. El Manifiesto que hemos adoptado hoy resume en 3 puntos y 10 medidas lo que nuestra industria necesita de Europa. Usémoslo ampliamente para que nuestros líderes políticos en la UE y en casa entiendan lo que necesitamos. No podemos permitirnos más llaves en las obras. ¡Lo que necesitamos es apoyo y no ataques!"

COTANCE utiliza el fiasco de Apple FineWoven para constatar que "la única alternativa verdaderamente viable al cuero hoy en día es el propio cuero"

Apple abandona FineWoven: las alternativas de cuero demuestran ser una ilusión cara.



Cuando las asociaciones miembros de COTANCE de Italia, España, Francia, Alemania, Portugal, Hungría y el Reino Unido se reunieron en Consejo el 15 de mayo de 2024 en Bruselas, abordaron entre los muchos temas candentes dentro de la actualidad de la industria del cuero y la piel. Entre éstas, también las recientes prácticas comerciales desleales que afectan a la buena reputación del cuero.

En esta línea, se centraron en particular en el reciente caso de Apple. Solo seis meses después de su gran debut, Apple ha decidido detener la producción de FineWoven, un material muy promocionado en septiembre pasado como una alternativa al cuero de

alta calidad, según supuestos informes confiables de los medios de comunicación.

Presentado como un material duradero destinado a "proteger un iPhone durante años", las fundas FineWoven comenzaron a deteriorarse en solo unos días, informa COTANCE. En seguida perdían color y apariencia general por el uso normal, haciendo que cada rasguño fuera inmediatamente visible y permanente. El volumen de quejas de los clientes sobre este material FineWoven fue tan significativo que incluso Amazon ha añadido una etiqueta de advertencia a su lista de EE. UU. para el producto, lo que indica que es un "artículo devuelto con frecuencia".

Fue el propio mercado el que decretó su fracaso, como señalan los curtidores europeos representados por COTANCE. Las supuestas fundas "premium" de Apple, vendidas por 70 euros, fueron rápidamente criticadas como "categóricamente terribles" y "no de la misma clase" que las fundas de cuero de Apple, lo que ha empujado finalmente al gigante tecnológico a suspender la producción de inmediato.

Esta insatisfacción del consumidor está respaldada por la ciencia

La investigación encargada por UNIC - Italian Tanneries y llevada a cabo por Ars Tintoria reveló que FineWoven "resulta ser un material de origen fósil que expresa un nivel de durabilidad que es insuficiente y completamente incomparable al del cuero. En resumen: no es tan verde como se presenta".

La comparación de Ars Tintoria entre ambos materiales fue particularmente reveladora, ya que utilizó muestras de cuero utilizadas anteriormente por Apple para sus cubiertas, haciendo hincapié en la marcada diferencia en la calidad. Además, informa COTANCE, el estudio destacó que FineWoven consiste en un "tejido denso de fibras de polímero, lo que complica su reciclabilidad, y es solo un 1 % de base biológica".

Así las cosas, parece que Apple continuará su búsqueda de materiales libres de cuero, bajo la ilusión de que existen alternativas más sostenibles. Desafortunadamente, concluye COTANCE, como confirman tanto los estudios como los comentarios de los consumidores, la única alternativa verdaderamente viable al cuero hoy en día es el cuero en sí.

Tanami Eco de Scharlau, diseños fabricados con tejido reciclado

La Colección Tanami Eco es una línea de artículos fabricados con tejido reciclado a partir de botellas de plástico postconsumo, siguiendo los principios de la economía circular.



Inspirada en el pingüino azul y en el fascinante entorno del desierto australiano de Tanami. Cada artículo lleva una placa metálica personalizada, y ofrece funcionalidad y estilo para el uso diario. Con compartimentos reforzados para ordenadores portátiles, bolsillos antirrobo y detalles dorados, la Colección Tanami Eco es una opción perfecta para quienes buscan productos de calidad con un impacto positivo en el planeta.

Colección Cápsula MONTBLANC Meisterstück 100 Years Anniversary

Montblanc incorpora dos nuevas cápsulas en honor del centenario del artículo de escritura Meisterstück.



La primera cápsula para el centenario presenta el perfil del Mont Blanc, un detalle de diseño característico de los anuncios de la Maison en la década de 1920 y del logotipo inicial de la Meisterstück, que adornaba los primeros modelos del artículo de escritura. El sofisticado color negro de la cápsula adorna los bolsos tote medianos y mini, así como el minibolso, en un armonioso contraste con el bolsillo de parche de color arcilla con un repujado del perfil de la montaña. La gama de artículos de piel pequeños, que incluye una cartera para seis tarjetas de crédito, un tarjetero con tres ranuras y un monedero, destaca por el repujado del perfil de la montaña en la piel negra brillante.

La segunda cápsula recupera un color de los archivos de Montblanc, una nueva tonalidad para la colección Meisterstück de artículos de piel pequeños. La cápsula presenta un vistoso color coral, un guiño a los primeros artículos de escritura de la Maison de las décadas de 1910 y 1920, como la colección Rouge et Noir y la Meisterstück.

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

Mietis lanza una nueva colección cápsula en colaboración con Swarovski

Crystals collection.



Una edición limitada de los modelos Mini Jill y Culita, en los colores más buscados de la temporada y en su versión más bling.

La última colaboración de la marca catalana de bolsos combina sus icónicos diseños con los cristales de Swarovski®, dando lugar a piezas únicas con un elemento joya.

Complemento perfecto para los eventos de esta temporada, y disponibles en Baby Blue y Peach Fuzz, la nueva colección es un must-have en toda regla.

Zahati tiene todos los capazos, bolsos o sombreros con los que acertar este verano

Una marca con más de 100 años de historia en la producción de sombreros y accesorios artesanales.



Su apuesta sostenible elaborada con paja de trigo hace de estos complementos un 'must' para el verano.

Mamba Studios prevé facturar 2,5 millones y dar el salto internacional con nuevas aperturas

La marca de gafas española se propone triplicar la facturación de 2023.



La firma de gafas de sol Mamba Studios, originaria de Barcelona, sigue creciendo en España. El ecommerce español, que además cuenta con una tienda física en Barcelona, proyecta un crecimiento del 200% y alcanzar una facturación de 2,5 millones de euros superando las expectativas de crecimiento del sector. La empresa busca así fortalecer su posición tanto en el mercado tradicional de venta de gafas de sol como en el ámbito digital en España.

Para ello, Mamba Studios, ha emprendido un proceso de apertura de nuevas tiendas físicas. Con el objetivo de fortalecer su presencia global, la compañía planea expandirse a 10 países y establecerse físicamente en tres nuevas ciudades, una de ellas en España y las otras dos en el extranjero.

Abraza el maximalismo con Sure Jewels y su colección de anillos XXL

Este verano las chicas fieles al estilo mediterráneo de Sure Jewels amarán sus anillos XXL.



Chapados en oro, sofisticados, elegantes y sin pretensiones, sus diseños originales y exclusivos son perfectos para lucir en cualquier ocasión, desde disfrutar de un día de playa hasta una cena especial con amigas.

Marroquinería y Complementos

Joyas de neumático reciclado o la nueva propuesta (sostenible) de la marca made in Spain SKFK

La industria de la moda apuesta por piezas fabricadas con materiales reciclados en un mundo cada vez más preocupado por la sostenibilidad.



En la búsqueda constante de piezas únicas e irrepetibles, la marca de moda SKFK lanza su propuesta de joyas recicladas fabricadas en el País Vasco, su tierra natal. Una colección de 10 pares de pendientes únicos, realizados en colaboración con SIGNUS y elaborados a mano en Bilbao, utilizando polvo de neumático reciclado y transformando materiales descartados en vanguardistas accesorios. Cada par es una obra de arte individual, con colores que varían según la cantidad de pigmento de color mezclado en su composición, asegurando que cada pieza sea verdaderamente exclusiva. Esta iniciativa no solo celebra la creatividad y la artesanía local, sino que también promueve la sostenibilidad y la conciencia ambiental en la moda actual.

Una propuesta artística que nace de unos valores sociales y mediambientales con los que la marca vuelve a dar un paso al frente en la industria de la moda.

Lola Lolita Land, el último proyecto de Lola Lolita, contará con un stand exclusivo patrocinado por Pandora

Pandora ofrecerá su servicio de Piercing y Engraving a todos los asistentes al festival.

Lola Lolita, uno de los rostros más conocidos de las redes sociales de nuestro país, lanza por primera vez su propio festival, Lola Lolita Land, un evento que contará con el patrocinio de su propia imagen y con el apoyo de numerosas marcas, entre ellas Pandora, marca de la que es embajadora.

Pandora, marca danesa de joyas mundialmente conocida, no ha dudado en apoyar a su embajadora en su nuevo proyecto y contará con un stand en el que ofrecerá su servicio de Piercing y Engraving, siendo este último gratuito para todos los miembros de Pandora Club. Además, todos los asistentes podrán adquirir de manera exclusiva un colgante grabado con la firma de Lola Lolita, que se podrá personalizar por la otra cara a gusto de cada uno.

Lola Lolita Land tendrá lugar en Madrid el próximo sábado 15 de junio. El Autocine de Madrid (Calle Isla de Java, 2) será el lugar donde la diversión y la alegría se unirán en un evento memorable que espera reunir a toda la comunidad de seguidores de la influencer. Este festival consistirá en la recreación de un parque de atracciones en el que convivirán espacios con espectáculos, conciertos, teatros y actividades al más puro estilo de una feria americana.

¡Sin duda alguna, el stand de Pandora en Lola Lolita Land será el plan perfecto para hacerte piercings a juego con tus amigas y personalizar charms para tus joyas!



La Asociación Española de Empresas de Componentes, Curtidos y Maquinaria para el Calzado y la Marroquinería (AEC) forma a sus asociados en las tendencias de otoño-invierno 2025-2026

AEC ha concluido con éxito su exclusivo "Seminario de Tendencias" para la temporada Otoño/Invierno 25/26. El evento, realizado del 24 al 26 de abril en la sede de AEC, estuvo reservado para sus asociados, congregando a expertos y profesionales de la industria del calzado y la marroquinería.



Durante el seminario se presentó un exhaustivo análisis de las tendencias, enfocándose en colores, texturas, materiales, componentes, adornos, diseños y looks que definirán la próxima temporada. Los participantes tuvieron la oportunidad de sumergirse en sesiones detalladas sobre los desarrollos más innovadores y las perspectivas estéticas que influirán en los mercados globales.

El evento de la AEC se dividió en dos partes principales:

Análisis General de Tendencias: Una visión holística sobre las tendencias que moldearán el futuro de la industria, desde colores de moda hasta el uso de nuevos materiales y tecnologías en el diseño de calzado y accesorios.

Seminario Específico: Dirigido a empresas especializadas en materiales, tejidos, cueros y pieles, adornos, suelas, tacones y otros componentes, este bloque estuvo dedicado a profundizar en aspectos técnicos y creativos específicos de cada subsector.

El seminario de tendencias de AEC se ha establecido como un evento clave en el calendario de la industria, ofreciendo a las empresas asociadas conocimientos críticos y redes de contacto que son esenciales para mantener la competitividad y el liderazgo en un mercado global dinámico.

La consellera de Innovación de la Generalitat Valenciana, Nuria Montes, asiste a la inauguración del Demostrador de reciclado químico del Centro Tecnológico del Calzado INESCOP

Para la consellera de Innovación, INESCOP es imprescindible como catalizador necesario para la mejora continua del sector.



La consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, Nuria Montes, ha visitado en Elda el Centro Tecnológico del Calzado (INESCOP), donde ha sido recibida por su presidente, Antonio Porta, junto con el resto del equipo directivo de la entidad. Durante la visita, la consellera ha participado en la inauguración del Demostrador de reciclado químico "Quimiclatge".

Gracias a este equipamiento tecnológico, que ha contado con el respaldo económico de la Generalitat, INESCOP podrá transferir conocimiento relacionado con el reciclado químico a las empresas de la Comunitat Valenciana. También las asesorará sobre los procesos de gestión y reciclado de residuos más eficientes y sostenibles. El objetivo último es facilitar que las empresas del sector se sumen a la economía circular, aumenten su competitividad a través de la innovación y, sobre todo, que puedan disminuir su dependencia de mercados internacionales.

"No cabe duda de que el calzado es un sector de gran importancia para nuestra economía, porque representa el 56 % de todas las empresas de calzado de España y el 46 % de todo el empleo del sector a nivel nacional. Y el papel de INESCOP es imprescindible, constituyendo el catalizador necesario de la mejora continua del sector", ha afirmado Nuria Montes.

En esta visita, la consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo ha anunciado que "la Comunitat Valenciana ha sido seleccionada recientemente por la OCDE para participar en un estudio europeo sobre políticas de circularidad. Somos la primera región española seleccionada para este estudio, en el que participan otras nueve regiones europeas.

BRINGING TRENDS TOGETHER

15 - 18 JUNE 2024

RIVA DEL GARDA



exporivaschuh
& gardabags
the fair that moves the world

101ⁱ
E D I T I O N

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

ILUNION confía en Timpers el lanzamiento de una zapatilla fabricada con materiales reciclados y por personas con discapacidad para #DiversityLovers

Se presentó en la jornada ILUNION Sustainability Day y tiene un diseño exclusivo acorde a los valores de diversidad e inclusión de ILUNION.

ILUNION y Timpers, empresa alicantina dedicada a la fabricación y venta de zapatillas, acaban de presentar el modelo para #DiversityLovers, un diseño exclusivo que representa los valores de la diversidad que abanderan ambas compañías.

Las zapatillas se presentaron en el marco de la jornada ILUNION Sustainability Day, un evento en el que los asistentes pudieron conocer de primera mano el por qué de la alianza entre ILUNION y Timpers. En palabras del jefe de Alianzas de ILUNION, Ignacio Velo, "el camino hacia la Sostenibilidad se anda mejor con unas zapatillas para #DiversityLovers, que reflejen el propósito de "Construir un mundo mejor con todos incluidos". ¿Qué mejor zapatilla ILUNION?"

La creación de estas zapatillas, que se pueden adquirir a través de la página web de Timpers, está inspirada en los colores e identidad de ILUNION. En el lateral llevan el nombre de la compañía en braille, en la parte trasera, su logo, y, como detalle final, incluyen cordones amarillos y azules corporativos para combinar.

"Hemos diseñado conjuntamente una zapatilla inspirada en ILUNION, que está hecha en materiales reciclados, aunque lo verdaderamente importante, es que el 100% de la plantilla somos personas con discapacidad, algo que no nos ha impedido nunca ser el equipo más capacitado del mundo", señaló el CCO de Timpers, Diego Soliveres.

TIMPERS, la marca más normal del mundo, fabrica zapatillas con unos valores muy marcados. Las fabrican en España con materiales reciclados. La compañía es un Centro Especial de Empleo. Su propósito como empresa no es otro que mejorar las condiciones laborales y sociales de las personas con discapacidad y su objetivo a largo plazo es visibilizar y, sobre todo, normalizar la discapacidad de las personas en un entorno laboral, para que, con el paso del tiempo, esté presente en todos los ámbitos de la vida de una forma natural.



adquirir a través de la página web e identidad de ILUNION. En el lateral llevan el nombre de la compañía en braille, en la parte final, incluyen cordones amarillos y azules corporativos para combinar.

conjuntamente una zapatilla inspirada en materiales reciclados, aunque lo es que el 100% de la plantilla somos personas con discapacidad, algo que no nos ha impedido nunca ser el equipo más capacitado del mundo",

Soliveres.

normal del mundo, fabrica zapatillas con unos valores muy marcados. Las reciclados. La compañía es un Centro Especial de Empleo. Su propósito como las condiciones laborales y sociales de las personas con discapacidad y su objetivo a largo plazo es visibilizar y, sobre todo, normalizar la discapacidad de las personas en un entorno laboral, para que, con el paso del tiempo, esté presente en todos los ámbitos de la vida de una forma natural.

Camper presenta la nueva campaña de su icono de estilo Kobarah True Love

Para celebrar el lanzamiento de los modelos Kobarah Primavera-Verano 2024, incluida su versión Flat y la edición especial jaspeada, Camper presenta ahora una nueva campaña exclusiva.



Titulada Kobarah. True love, los nuevos visuales y vídeos han sido rodados en París por el fotógrafo español Kito Muñoz.

La historia de la campaña se centra en un grupo diverso de jóvenes modelos de la calle. La escena retrata el ambiente íntimo de una comunidad alegre y de espíritu libre durante una noche de fiesta, bailando al ritmo de la remezcla electrónica de Maud GeDray -suenala canción "Where Do We Go?" de Hen Yanni- mientras se calzan nuevas y vibrantes combinaciones de colores de las sandalias unisex Kobarah, la silueta icono de la temporada.

Todas las escenas han sido diseñadas por la estilista Ally Macrae, nacida en Australia y afincada en París. La campaña se define por su fresco estilo documental, que pretende ser un reflejo de la vida de los usuarios de Kobarah en todo el mundo.

Calzado

Llegan las nuevas zapatillas de Nicki Minaj en una colección exclusiva con Løci Wear

La icónica rapera Nicki Minaj se ha unido a la firma vegana y sostenible LØCI WEAR en una colaboración especial para crear una colección exclusiva de zapatillas.



Esta asociación, que hemos podido ver en la cuenta de Instagram de la cantante, refleja el compromiso de Nicki con el apoyo a las empresas de propiedad negra, y también le proporciona una plataforma para expresarse creativamente como artista y como empresaria. Con su estatus mundial y sus incondicionales seguidores, esta colección promete interesantes perspectivas para el desarrollo de futuros productos y colaboraciones.

Nicki Minaj ha creado meticulosamente esta colección que combina la estética street-cool con el chic de la alta costura, personificando el estilo atrevido y vibrante de la cantante. Cada par de estas zapatillas están adornadas con el sello distintivo NICKI MINAJ x LØCI en la lengüeta, en homenaje a su reinado como reina del rap y a las raíces británicas de LØCI. Además, se entregan con dos juegos de cordones de distintos colores.

Zapatos de invitada de Pitillos: del tacón cuadrado a los destalonados y metalizados

Mayo es el mes de las flores pero también el de los eventos que exigen un código de vestuario algo más elaborado.



Completa tu look de invitada con los diseños más cómodos de Pitillos, la firma española de calzado afincada en Arnedo (La Rioja). Desde los modelos de tacón ancho y cuadrado con los que bailar durante horas hasta los modelos destalonados que son pura tendencia a los metalizados más favorecedores.

Metalizados de Mascaró: diseñados para brillar

Pieles metalizadas en diferentes estilos y alturas visten 4 modelos de la colección primavera verano 2024.



Su versatilidad los convierte en propuestas perfectas para brillar con cualquier look.

Modelo Eva, en versión romana acordonada con un exquisito trenzado que anuda el tobillo.

MOMAD consigue crear hype para su próxima edición: el 92'9% de visitantes de febrero confirman su asistencia en septiembre

La cita tendrá lugar el 13, 14 y 15 de septiembre en el pabellón 8 del Recinto Ferial de IFEMA MADRID.



MOMAD está de enhorabuena. El Salón Internacional de Moda, Calzado y Accesorios, que organiza IFEMA MADRID del 13 al 15 de septiembre en el pabellón 8 del Recinto Ferial, pasa por uno de los mejores momentos de su historia. Los datos extraídos de la última encuesta realizada después de la edición del pasado febrero confirman que la experiencia de asistir a la feria cubre en su mayoría con las expectativas de los profesionales.

De este modo, el 92'9% de visitantes en la última edición confirma que asistirá a la próxima convocatoria de septiembre, lo que permite asegurar un volumen muy atractivo de profesionales de cara al éxito comercial de las firmas expositoras.

Lanzada ya la comercialización

Con ello, y lanzada ya la comercialización de la cita de septiembre, MOMAD se presenta con las mejores expectativas, y consolidada como el gran escaparate de tendencias y centro de negocio de la moda. Desde finales de los 70 -cuando la feria vio la luz- MOMAD se ha posicionado como la cita internacional B2B obligada para los profesionales de la industria de la moda.

El éxito de MOMAD también lo constituye su poder de convocatoria. La feria cuenta con un perfil de visitantes muy diverso proveniente de 59 países de todo el mundo, alcanzando el 16% la asistencia de compradores internacionales, cuyos perfiles son prioritariamente propietarios de boutiques, tiendas online, zapaterías, diseñadores, agentes y representantes comerciales, cadenas de tiendas, grandes superficies-almacenes y concept stores.

Todos ellos vienen a conocer, entrar en contacto y hacer negocio con las más de 300 marcas participantes que se dan cita en cada edición (50% internacionales procedentes de 16 países). Además, la feria cuenta con la colaboración de sus 27 delegaciones internacionales que trabajan en los países donde la feria quiere mantener o hacer crecer su negocio.

MOMAD septiembre 2024 (13, 14 y 15 de septiembre) se celebrará en coincidencia con Intergift (del 11 al 14 de septiembre), Madridjoya y Bisutex (del 12 al 15 de septiembre).

Día Mágico by FIMI clausura una nueva edición confirmando a València en el punto de encuentro clave para los profesionales de la moda de comunión y ceremonia

El comité organizador ha aprobado las fechas de la próxima edición, que tendrá lugar los días 16 y 17 de mayo de 2025 en Feria Valencia.



La edición 2024 de DÍA MÁGICO by FIMI, que se clausuró el 12 de mayo en Feria Valencia, ha concluido con un balance positivo, manteniendo la fidelidad de sus compradores profesionales y las cifras de negocio directo generado durante los tres días de exposición.

La feria, único certamen de carácter profesional y ámbito internacional dedicado al sector de comunión y ceremonia, ha reunido a 80 marcas líderes del sector procedentes de toda España, y ha convertido a València en un punto de encuentro clave para los profesionales de la moda de comunión y ceremonia, quienes han podido conocer las últimas tendencias y realizar sus pedidos para la próxima temporada.

Fechas de la edición de 2025

DÍA MÁGICO by FIMI 2025 se celebrará los días 16 y 17 de mayo de 2025 en Feria Valencia. Así lo aprobó el comité organizador del certamen en su encuentro de valoración de la feria. De esta forma la próxima entrega del único certamen de carácter profesional y ámbito internacional dedicado al sector de comunión y ceremonia se concentra en dos jornadas, atendiendo a las demandas del sector.

Esta decisión, según Alicia Gimeno, "la hemos tomado tras consultar con las empresas participantes y con los compradores, que nos han transmitido su deseo de contar con un evento más compacto y dinámico". Por tanto, en palabras de la directora del certamen, "estamos convencidos de que este nuevo formato permitirá a las empresas participantes optimizar su tiempo y recursos, y a los compradores tener una visión más completa de la oferta en menos tiempo".



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



La 12ª edición de Atelier Couture tendrá lugar los días 7 y 8 de octubre de 2024 en el Palacio de Santoña de Madrid

Atelier Couture, la Plataforma referente que visibiliza y promueve la Costura contemporánea y la alta artesanía española en moda nupcial y de ceremonia, regresará los días 7 y 8 de octubre para celebrar su 12ª edición.

La próxima 12ª edición marcará un hito especial, ya que será la antesala de su décimo aniversario en el año 2025, representando el fin de una década que dará comienzo a un nuevo ciclo ilusionante, invitando a la organización a reflexionar, a afianzar su posicionamiento y mirar hacia el futuro.

Sector de la Costura y la alta artesanía en España

Atelier Couture se ha convertido en un catalizador clave de la evolución del sector de la Costura y la alta artesanía en España, siendo además testigo de las grandes transformaciones en la forma de vivir y de consumir en los últimos años. Cambios impulsados por los acontecimientos sociales y por factores como la sostenibilidad, la tecnología, la búsqueda de la personalización, y la acentuada tendencia hacia un consumo más reflexivo, devolviendo el valor a nuestras prendas y elecciones.

Hoy más que nunca, la novia y el novio valoran la artesanía de alta calidad, los materiales nobles, el trabajo manual y la dedicación que hay detrás de cada pieza, buscando el servicio excepcional a través de experiencias personalizadas que les permitan conectar con la historia que esconde el desarrollo de cada creación.

Generar una conexión emocional única con los valores que transmite una firma y un diseño hecho a medida es una tendencia que desde Atelier Couture se conceptualiza como "artesanía de excelencia", ese "lujo silencioso" que se refleja en la meticulosa atención al detalle y el acceso a lo exclusivo. Conceptos que definen el trabajo que desarrollan cada uno de los creadores que presentan en Atelier Couture sus colecciones y que implica un alto grado de compromiso y empatía con la clienta y el cliente.

Escapate para el talento artesano español

La Plataforma no solo ha sido testigo de la transformación de la industria, sino que es un actor principal en ella, posicionándose como el escaparate para el talento artesano español, e impulsando de forma férrea el resurgir de los oficios, que se han ido adaptando a los nuevos tiempos. "A lo largo de estos años hemos sido espectadores de la transformación del sector, y a su vez, hemos contribuido a él con nuestro compromiso por la excelencia y la atención al detalle", comenta Susana Vela Covisa, artífice y directora de Atelier Couture.

Atelier Couture está integrada en el marco de la Semana de la Moda de Madrid y cuenta con el apoyo del Ayuntamiento de Madrid, a través de los programas de Madrid Capital de Moda (MCDM) y Todo está en Madrid del Área de Gobierno de Economía, Innovación y Hacienda, además de la Cámara de Comercio de Madrid y de la Confederación Moda España.

El Clúster catalán de la moda (Modacc) hace balance positivo del showroom Made in Egypt con récord de participación de marcas de moda catalanas

El Showroom tuvo lugar el 8 y 9 de mayo en la Casa Fuster de Barcelona.



Egipto destaca como uno de los principales centros de fabricación textil de algodón en África, con una cadena de valor completa que abarca desde la materia prima hasta los procesos de acabado de prendas. Gracias a su ubicación geográfica, a poco más de una semana en barco desde Barcelona, facilita el transporte de mercancías y el comercio con Europa en general.

En ese sentido, el Clúster catalán de la moda (Modacc) ha organizado junto al proyecto 'Reforma y Desarrollo del Comercio en Egipto (TRADE)' el showroom Made in Egypt los días 8 y 9 de mayo en el icónico Hotel Casa Fuster en Barcelona. Esta reunión profesional contó con la participación de una veintena de productores egipcios del sector textil y de la confección, quienes presentaron sus productos de denim, punto, plana, ropa de baño, ropa deportiva, calcetería y ropa interior a alrededor de un centenar de marcas del sector de la moda que visitaron el showroom. Aproximadamente el 80% de los visitantes eran de Cataluña, aunque también participaron empresas de otras regiones, principalmente Madrid y Galicia.

A lo largo de las dos jornadas del showroom, se llevaron a cabo más de 500 reuniones entre las diversas marcas visitantes y los productores egipcios que presentaron sus capacidades industriales. Esta iniciativa continuará en los próximos meses con una visita de empresas catalanas a El Cairo, coincidiendo con la celebración de la Feria de Productores Textiles del Norte de África conocida como Destination Africa.

David García, director del Clúster Catalán de la Moda, destacó que esta iniciativa marca el primer paso hacia la creación de alianzas estratégicas entre empresas de ambos países, con el propósito de elevar la competitividad del sector textil y de la confección en la región euro-mediterránea.

Esta iniciativa forma parte del proyecto TRADE, financiado por USAID (United States Agency for International Development), en colaboración con el Clúster catalán de la moda (Modacc), el Consejo de Exportación de Ropa de Egipto, el Consejo de Exportación Textil de Egipto y el Gobierno de Egipto.

Las Islas Canarias se preparan para recibir la Telde Sustainable Fashion Week

El evento se llevará a cabo el 18 y 19 de octubre de 2024, dos días llenos de actividades inmersivas que incluirán conferencias, paneles de discusión y talleres interactivos en diferentes espacios emblemáticos de Telde.



Gracias a la colaboración de Sustainable Fashion Week y Miguel Ángel Rodríguez Marchena Concejal de Telde llega la Sustainable Fashion Week Telde. Este festival, que tiene como objetivo inspirar, educar y conectar a personas y organizaciones de todo el mundo, se erige como un faro de cambio hacia un futuro donde la moda y el medio ambiente prosperen en

armonía.

Organizado en Telde una comunidad dedicada y entusiasta, la Sustainable Fashion Week Telde aspira a trascender los límites de la moda convencional. Visualizamos un espacio donde cada hilo, diseño y elección estén impregnados de un compromiso inquebrantable con la sostenibilidad, combinando belleza, creatividad y responsabilidad.

PMG PROMOGIFT renueva su imagen

Cambia su nombre y su logotipo.



El Salón Internacional del Regalo Promocional renueva su imagen de cara a su próxima edición - la décimo séptima- organizada por IFEMA MADRID, en sus instalaciones, y que se desarrollará del 14 al 16 de enero de 2025. El certamen de referencia del sector del PTO (Publicidad a Través del Objeto) del sur de Europa pasa a llamarse PMG PROMOGIFT - hasta ahora era conocido como PROMOGIFT-, en línea con el resto de salones especializados del continente.

Asimismo, PMG PROMOGIFT ha decidido renovar su logotipo, con la idea de transmitir una imagen más moderna y adaptada a una industria profundamente innovadora y a la vanguardia de la creatividad.

La Feria Internacional de la Recuperación y el Reciclado (SRR) 2024 acogerá el 21º Congreso Nacional de la Recuperación y el Reciclaje de FER

Del 19 al 20 de junio de 2024, en IFEMA MADRID.



Comienza la cuenta atrás para la celebración del 21º Congreso Nacional de la Recuperación y el Reciclaje, que organizará la Federación Española de la Recuperación y el Reciclaje, FER 2024, del 19 al 20 de junio, coincidiendo con la octava edición de la Feria Internacional de la Recuperación y el Reciclado, SRR 2024. A tres meses de su celebración, el Congreso cuenta ya con la confirmación de 4 patrocinadores principales, 409 empresas colaboradoras y 10 medios colaboradores.

Entre los temas centrales del evento, se abordarán cuestiones de máxima actualidad como el cambio generacional en las empresas familiares; la gestión del talento en tiempos de incertidumbre; el reciclaje del futuro (digitalización, automatización, unión entre empresas y otros aspectos de la empresa 5.0), y la inestabilidad de los mercados: ¿debilidad u oportunidad?, con la participación de la periodista Mercedes Martín como moderadora.

Además, el Congreso acogerá la tradicional cena de gala, en la que se entregarán los premios "Toda una vida dedicada a la recuperación" y "Madre Tierra", las máximas distinciones con las que FER reconoce a aquellas empresas y personas cuya trayectoria en el sector o en defensa del medio ambiente les haya hecho merecedores de tan distinguidos galardones.

En la segunda jornada del Congreso, se desarrollará la visita a los stands y la participación en la Asamblea General de FER, con la que se pondrá fin al mayor evento sobre reciclaje que se realiza anualmente en España.

La Feria Internacional de la Recuperación y el Reciclado, SRR 2024, se celebrará en el marco del quinto FORO MEDIO AMBIENTE Y SOSTENIBILIDAD, FSMS 2024, junto con la 21ª Feria Internacional del Urbanismo y Medio Ambiente, TECMA 2024, y el 6º FORO DE LAS CIUDADES DE MADRID, los días 18 al 20 de junio próximos, en IFEMA MADRID.

Explora los nuevos horizontes de la moda en la próxima edición de Première Vision Paris, del 2 al 4 de julio

Dos foros de la moda para descubrir las últimas novedades: Forum Inspiration (pabellón 5) y Forum Sourcing Solutions (pabellón 6). Habrá audioguías en francés, inglés, italiano, coreano, japonés y chino.



Los días 2, 3 y 4 de julio de 2024 en el Parc des Expositions Paris Nord Villepinte, vuelve Première Vision Paris, la cita internacional de los profesionales de la moda creativa y responsable. Los visitantes descubrirán la colección otoño-invierno 25-26 de más de 920 expositores internacionales (hiladores, tejedores, curtidores, diseñadores, fabricantes de accesorios, confeccionistas, etc.) procedentes de unos cuarenta países (Italia, Francia, España, Portugal, Japón, Reino Unido, Bélgica, Corea del Sur, Turquía, China, etc.), que constituirán un foro de inspiración, intercambio y construcción de futuras colecciones de prêt-à-porter, accesorios (bisutería y marroquinería) y calzado.

Como principal organizador de eventos internacionales dedicados a la industria textil, del cuero y de la confección, Première Vision ofrece una amplia gama de programas y soluciones diseñados para apoyar a todo el sector, fomentar el comercio, promover y apoyar la transición hacia una moda más

responsable, fomentar la digitalización y, por supuesto, apoyar el desarrollo de colecciones cada vez más innovadoras.

“Nuevas energías y sinergias. Nuevos contactos y nuevos encuentros”, celebra Simone Catini, Responsable de Desarrollo de Componentes de Prêt-à-Porter Hombre - Louis Vuitton.

Firmas y expositores inscritos en julio de 2024:

434 expositores de Tejidos,
202 de Fabricación,
50 de Diseños,
66 de Piel,
115 de Accesorios,
25 de Hilos,
33 de Smart Creation.

Première Vision refuerza sus iniciativas confirmando nuevas inversiones y colaboraciones, y renovando sus programas de apoyo a las empresas para la edición de julio de 2024 de Première Vision Paris.

'a better way', iya tiene 1 año!

Lanzado en julio de 2023, 'a better way', el programa que reconoce los esfuerzos y las inversiones de los expositores en favor de una moda más responsable, icumple ya 1 año! Desarrollado en todos los salones Première Vision, el programa refleja una profunda comprensión de los retos contemporáneos a los que se enfrenta la industria textil, de la confección, del cuero... y de la moda en general.

En respuesta a la creciente preocupación por el impacto medioambiental y social de la producción de prendas de vestir, este programa se compromete a dar a las marcas una mayor visibilidad en su abastecimiento mediante la promoción de los enfoques más virtuosos. Al centrarse en las prácticas sostenibles, una mayor transparencia y unas normas éticas exigentes, 'a better way' se posiciona como catalizador del cambio, respondiendo a las expectativas de las marcas y los consumidores preocupados por el origen y el impacto de las materias primas.

El Expo Riva Schuh & Gardabags Tour visita China y Estados Unidos

Expo Riva Schuh & Gardabags continúa sus viajes internacionales, manteniéndose al tanto de las últimas tendencias en los mercados de calzado y accesorios y fomentando relaciones más cercanas y efectivas con los actores de la industria.

El objetivo de estos tours promocionales es proporcionar una experiencia empresarial y relacional en Riva del Garda, centrada en las necesidades reales de la industria. 'Expo Riva Schuh & Gardabags Alrededor del Mundo' trata de cultivar y fortalecer asociaciones duraderas con actores clave en las industrias globales de calzado y bolsos.

Los promotores de estos certámenes se dedicaron en abril y mayo a visitar China, un país clave en la producción de calzado y accesorios, que participa en Expo Riva Schuh & Gardabags con una delegación de casi 300 expositores, y Estados Unidos, un mercado clave para el consumo de calzado.

En China, las numerosas reuniones institucionales y recorridos destacaron los avances del país en automatización, robótica y desarrollo de software integrado, dirigidos a mejorar la producción, distribución y la estructuración holística de la cadena de suministro, con todos los servicios conectados y necesarios.

En Estados Unidos, se reforzó nuestra colaboración con la asociación local de distribuidores, ahora una presencia constante en la exposición de Riva del Garda, y se desarrolló aún más el proyecto lanzado en 2023 con Soles4Souls, dirigido a llamar la atención de la industria sobre la sostenibilidad corporativa.

Ferias

La Asociación Española de Componentes y Maquinaria para el Calzado (AEC) inicia la comercialización de la 52ª edición de Futurmoda

La feria se celebrará el 16 y 17 de octubre en IFA-Fira Alacant y mostrará las últimas tendencias en la industria auxiliar del calzado.



La Asociación Española de Componentes y Maquinaria para el Calzado (AEC) ha comenzado la comercialización de la 52ª edición de FUTURMODA, el salón internacional líder en piel, componentes y maquinaria para el calzado y la marroquinería. La feria se llevará a cabo los días 16 y 17 de octubre de 2024 en IFA-Fira Alacant.

FUTURMODA, con su carácter bianual e internacional, se ha consolidado como una plataforma imprescindible para los profesionales del sector, ofreciendo una visión integral de las últimas tendencias en la industria del calzado. Esta edición promete ser una oportunidad única para establecer contactos, descubrir innovaciones y cerrar acuerdos comerciales.

Entre los sectores que se exhibirán en FUTURMODA se encuentran los accesorios y componentes para el calzado, curtidos, cueros y pieles, tejidos textiles y sintéticos, servicios de diseño gráfico o productos químicos. Además, estarán presentes escuelas, instituciones y revistas

especializadas del sector.

El perfil de los visitantes incluye industriales del calzado y la marroquinería, diseñadores, modelistas y personas interesadas en la moda, quienes podrán beneficiarse de una amplia gama de exposiciones, incluyendo el espacio de tendencias, el Green Planet, nuestra zona de productos ecológicos y el Foros de Expertos.

El evento se celebrará el 16 y 17 de octubre de 2024, con un horario de 09:00h a 18:30h, en IFA-Fira Alacant. La superficie de exposición será de 12.000 metros cuadrados.

Participar en FUTURMODA ofrece numerosas ventajas, como la posibilidad de conectar con profesionales y empresas líderes del sector, descubrir las últimas tendencias y tecnologías, generar nuevas relaciones comerciales y acelerar el proceso de decisión de compra.

Además, los expositores podrán evaluar directamente la aceptación de nuevos productos.

ILM: ¡El momento es ahora!

Del 31 de agosto al 2 de septiembre de 2024, Messe Offenbach abrirá sus puertas a la 160ª edición de ILM.



La feria comercial está emocionada por esta edición especial de aniversario con confianza y ganas de actuar. Durante más de 70 años, ILM ha sido la feria comercial y plataforma de pedidos líder en el mundo para artículos de cuero, bolsos, equipajes y accesorios.

Con el mensaje de campaña "¡EL MOMENTO ES AHORA!", ILM llama a toda la industria a adoptar proactivamente el espíritu de la época actual y aprovechar las oportunidades que se presentan. Este mensaje es un llamado a la acción y un recordatorio de que el cambio, la innovación y la colaboración son esenciales, especialmente en estos tiempos desafiantes. "El cambio estructural en el sector minorista es un hecho, lo que significa que las estrategias de marca y las gamas de productos deben ser fundamentalmente repensadas y reorganizadas," dice Arnd Hinrich Kappe, Director General de Messe Offenbach. Ahora es el momento adecuado para reinterpretar el valor de la propia marca y ver el comercio minorista no solo como un área de ventas, sino también como un lugar para comunidades y experiencias.

La feria comercial invita a su comunidad a dar forma al futuro de la industria juntos, mientras se preservan los valores que han caracterizado a ILM durante décadas: fiabilidad, conciencia de calidad y una comunidad fuerte. Como plataforma sin igual, ILM conecta marcas y minoristas de todo el mundo y crea un espacio para negocios estacionales fuertes. El trabajo tiene lugar en el "salón de la industria". La cartera de marcas incluye bolsos, equipajes, pequeños artículos de cuero, artículos escolares y accesorios. Se exhibirán las colecciones para primavera/verano 2025.

La feria comercial líder también invita a los visitantes a asistir a presentaciones prácticas, paneles de discusión y pronósticos de tendencias con renombrados expertos de la industria. El enfoque estará en visiones, soluciones y el camino común hacia el futuro. Las populares fiestas después del trabajo ofrecen la oportunidad perfecta para finalizar juntos los días de la feria y para hacer contactos.

La Edición #160 de ILM tendrá lugar del 31 de agosto al 2 de septiembre de 2024 en los pabellones de Messe Offenbach. Se espera la asistencia de alrededor de 250 marcas de más de 20 países.



STEPPING STRONG

STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM