

PUNTO

MODA

NÚMERO 359 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com



**Inescop busca cómo mejorar el
diseño de calzado infantil
y promover la salud del pie**

**La multinacional suiza
del sector dermatológico
Galderma inaugura
su sede en Barcelona
y crea 150 puestos de
trabajo**

ENCUENTRANOS EN



MOMAD

En coincidencia con
intergift
bisutex
madridjoya



Salón Internacional
de Moda, Calzado y Accesorios.

13-15
Sep

2024
Recinto Ferial
ifema.es

 **IFEMA**
MADRID



Nuestra Portada:
Max Mara

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.
Diputació, 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



Cerca de la mitad de las compras que se hacen en rebajas acaban en devoluciones

Según REVER, la startup que revoluciona las devoluciones en eCommerce convirtiéndolas en procesos más sostenibles, rápidos y sencillos, casi la mitad de las compras realizadas en el sector moda durante las rebajas del año pasado fueron devueltas. En concreto, el 46% de las compras se devolvieron, un 42% más respecto al resto del año.

En el caso del calzado, las devoluciones llegan al 53% en época de rebajas

Además, otros de los sectores que registran más devoluciones son el del calzado, con un 53% de compras devueltas, frente al 38% que presenta en la época pre-rebajas, seguido por los productos de moda que pasa del 32% al 46% y el sector de eyewear del 25% al 34%.

Esta situación, además de tener un gran impacto medioambiental, conlleva importantes costes asociados a la gestión de la logística

inversa para las marcas. Ante este contexto, REVER, logra disminuir en un 20% el coste total de las operaciones relacionadas con las devoluciones y a la mitad gracias a las estrategias de retención con tarjetas regalo, cambios, etc.

"Nuestra plataforma es especialmente relevante en estas épocas del año donde el porcentaje de las devoluciones es tan elevado. En REVER ofrecemos un producto integral para los eCommerce, integrando la logística y panel de control con el seguimiento de todas las devoluciones, mejorando así la experiencia de usuario y ofreciendo varias opciones de compensación como cambios o códigos promocionales, que ayudan a disminuir las devoluciones.", aseguran Oriol Hernandez i Fajula y Màrius Montmany, fundadores de REVER

Marcas como Misako, Hoff y Twojeys ya confían en la plataforma para disminuir estos impactos.

Palomo Spain, Premio Nacional de Diseño de Moda 2024

El jurado del galardón, que concede el Ministerio de Cultura, ha reconocido por unanimidad "la obra de un creador que ha conseguido hacer valer una mirada propia dentro del sector del diseño de moda, dando voz a la inclusión, a la diversidad y abogando por nuevos formatos de expresión artística a través de una propuesta disruptiva"

También ha destacado "el valor de una firma independiente basada en el territorio, con su taller ubicado en Posadas (Córdoba), y desde el que ha contribuido a la difusión internacional de la imagen de España.

Alejandro Gómez Palomo (Palomo Spain) ha sido galardonado con el Premio Nacional de Diseño de Moda, correspondiente al año 2024, a propuesta del jurado reunido el pasado 9 de julio. Este premio, concedido por el Ministerio de Cultura, está dotado con 30.000 euros.

El jurado ha reconocido, por unanimidad, "la obra de un creador que ha conseguido hacer valer una mirada propia dentro del sector del diseño de moda, dando voz a la inclusión, a la diversidad y abogando por nuevos formatos de expresión artística a través de una propuesta disruptiva".

Además, el jurado ha señalado que, desde que presentó su primera colección en el año 2016, "Palomo Spain ha logrado consolidarse como uno de los creadores más destacados dentro del sector de la moda en España, con una intensa proyección internacional". Asimismo, ha valorado que "ha contribuido al

proceso de transformación del ecosistema del diseño de moda con una estética característica: irreverente, barroca y audaz. Palomo Spain genera un imaginario creativo propio, reconocible y apreciado por crítica y público, que aboga por romper con los géneros establecidos y hacer de la moda un instrumento de expresión y defensa de la diversidad". A ello, ha añadido que "Palomo Spain ha sido catalizador de una nueva generación de creativos. Además, ha permitido acercar el diseño de moda a nuevos públicos a través de distintas colaboraciones".

De igual modo, el jurado reconoce también "el valor de una firma independiente basada en el territorio, con su taller ubicado en Posadas (Córdoba), y desde el que ha contribuido a la difusión internacional de la imagen de España. El premio reconoce una trayectoria en alza, valiente y comprometida con la creación de moda como lenguaje de reivindicación y de expresión de valores", ha remarcado.

El Premio Nacional de Diseño de Moda recompensa la meritoria labor del galardonado a través de una obra que, en este ámbito creativo, se haya hecho pública durante 2023 o, en casos debidamente motivados, a una completa trayectoria profesional a lo largo del tiempo.

El premio reconoció en su pasada edición a Teresa Helbig, uniéndose a una amplia lista de galardonados, entre quienes se encuentran, Ángel Fernández Ovejero, Ana Locking, Antonio Alvarado y Miguel Adrover, entre otros.

Montblanc reabre un nuevo concepto de tienda insignia en Madrid



Situada en el corazón de la Milla de Oro madrileña, Serrano 50, es una tienda en la que se han cuidado todos los detalles en una perfecta fusión entre diseño, elegancia e innovación. Montblanc recupera su esencia a través de este nuevo concepto de boutique, que posiciona a la Maison como líder en "Luxury Business Lifestyle" y comunica una verdadera expresión de lujo en un ambiente atractivo y relajado.

NEO 4.0 es un concepto donde predominan los colores claros, combinando diversos paneles texturizados, que confieren amplitud y luminosidad acompañados con la elegancia y la nobleza del mármol "travertino" y sutiles toques en color champagne. El reformado espacio cuenta con una superficie de 85 metros cuadrados, distribuidos en una planta, con dos salas VIP, destinada a acoger cada día a más público nacional y extranjero. Su impronta de elegancia y atemporalidad se percibe en todas las colecciones expuestas.

LOLA CASADEMUNT abre nueva tienda en el centro de Córdoba



LOLA CASADEMUNT, la firma de moda y accesorios para mujer, abre en Córdoba su primera tienda propia en esta ciudad. Este nuevo punto de venta está ubicado en la calle Cruz Conde, 14, una de las principales arterias comerciales de la ciudad.

La Fundació Formació i Treball abre la undécima tienda Moda re- de Càritas en Barcelona



La Fundació Formació i Treball, se expande en el territorio y abre su undécima tienda Moda re- en Barcelona, ubicada en el barrio de Nou Barris en Passeig de Fabra i Puig, 252. Con esta tienda, ya son 13 los puntos de venta que la Fundació tiene en la ciudad condal: dos tiendas vintage (Beyondwear Gràcia y Tallers) y un punto de venta en el Alcampo del centro comercial de Diagonal Mar.

Con la puesta en marcha de este nuevo comercio de ropa y complementos de segunda mano se apuesta por el impulso de un espacio de consumo sostenible reutilizando bienes de segunda mano y a su vez favoreciendo la inserción de personas en riesgo de exclusión social del territorio. Además, los ingresos del establecimiento se destinarán a iniciativas de formación e inclusión laboral de colectivos vulnerables atendidos por la entidad.

El establecimiento Moda re- ha sido creado con una imagen moderna y actual, rompiendo con los estereotipos que se asocian a las tiendas de segunda mano. Actualmente, trabajan en este nuevo punto de venta 4 personas, una de estructura y tres de inserción. Se trata de la segunda tienda en Sant Adrià de Besòs y la número 28 que impulsa Formació i Treball, y esta tienda forma parte de las más de 180 tiendas que hay repartidas por el territorio español.

Tendam inaugura nuevas tiendas Women'secret y Springfield en Europa y en el norte de África



Tendam, uno de los principales grupos omnicanal de Europa en el sector de moda especializada y el segundo en el mercado español por cuota de mercado, anuncia la inauguración de nuevos puntos de venta de Women'secret y Springfield en Georgia, Armenia y Túnez.

Women'secret, la marca íntima de Tendam, sigue ampliando su presencia a nivel mundial con el estreno de tres nuevas tiendas en Europa y en el norte de África.

A su vez, Springfield sigue fortaleciendo su presencia internacional con la apertura de dos nuevos puntos de venta. El centro comercial Megamall Armenia también ha sido el enclave elegido para la inauguración del nuevo establecimiento de la marca en el continente europeo.

En Túnez, Springfield ha desembarcado con una nueva tienda en el primer "shopping resort" del país llamado Mall of Sfax, ubicado sobre la principal vía de acceso de la segunda ciudad más importante del país.

Este innovador centro comercial, con un cuidado interiorismo, ofrece una excelente oferta comercial y una gran variedad de restaurantes y terrazas, junto a un jardín con lago.

Estas nuevas inauguraciones se suman a las dos tiendas que Springfield tiene en Armenia y a las seis de Túnez.

Estas aperturas se vienen a sumar a la evolución internacional de las cadenas, que a cierre de 2023 Women'secret cuenta con 692 puntos de venta distribuidos en 63 países, y Springfield con 720 puntos en 56 países.

Tendam sigue avanzando en la ampliación de su red de tiendas a nivel internacional, centrándose en mercados y países con un claro potencial de crecimiento, y aprovechando su experiencia y capacidad multimarca para impulsar el éxito de sus marcas.

Pull&Bear desembarca en Ibiza con su proyecto Not Just A DJ y una pop up store en el Hotel Los Felices



Pull&Bear llega a Ibiza y lo celebra a lo grande consolidando su proyecto Not Just A DJ, que aterriza en La Isla Bonita para deleite de algunos de los nombres más relevantes de la escena creativa actual. Chloe Caillet y ANASTADJA han sido las encargadas de poner música a una velada inolvidable a la que precedió una cena con la isla de Ibiza como telón de fondo.

Not Just a DJ es una celebración de la creatividad sin límites. Un espacio abierto a perfiles que además de destacar en otras disciplinas creativas, como el arte o la moda, se han atrevido a ponerse detrás de la mesa de mezclas y han desarrollado carreras de éxito como DJs. Un formato con el que Pull&Bear rinde homenaje a una comunidad que se atreve a soñar más allá de cualquier frontera a través de la música y la moda.

El C.C. Arenas de Barcelona brinda un homenaje a sus trabajadores



El Centro Comercial Arenas de Barcelona, propiedad de MERLIN Properties, ha inaugurado la Exposición "Our Heroes", una intervención fotográfica y multimedia realizada por los alumnos del Máster de Fotografía de la Escuela Elisava, y que este año tiene como protagonistas a los trabajadores del centro. Con esta edición se cumplen 11 años de colaboración entre Arenas de Barcelona y la Escuela Elisava.

Un proyecto que intenta poner en valor el esfuerzo y la dedicación de los profesionales que hacen que toda la maquinaria de este gran espacio pueda funcionar.

Adolfo Domínguez recibe el Premio Nacional de Marketing 2024 en la categoría de Impacto Social por su campaña #UniformMonday



El jurado ha valorado la apuesta continuada en el tiempo de la firma de moda de autor por una moda más lenta y racional.

Con Repite Más. Piensa Menos, el grupo de moda se enfrentó al tabú social que existe sobre repetir ropa. Con #UniformMonday, Adolfo Domínguez profundiza en esta propuesta y reflexiona sobre la ropa como un elemento para generar identidad. "De una forma u otra, cada uno tenemos nuestro propio uniforme, ¿por qué no repetirlo cada lunes y liberar así espacio mental?", proponía la marca entonces.

"#UniformMonday forma parte del diálogo constante que mantenemos con nuestros clientes y con la sociedad. Creemos que esa conversación puede y debe ser más profunda. Es nuestra responsabilidad como marcas y como sector el hacerlo posible" reflexionan desde Adolfo Domínguez.

Imagen: Asociación de Marketing de España.

Surkana presenta su nueva colección A Morocco's Journey SS25 con un gran desfile en Barcelona



El pasado fd. La exposición cuenta también con el apoyo de Diputación de Granada y del Patronato de Turismo de nuestra ciudad.

Chie Mihara lanza su primera colección de ropa femenina



Chie Mihara, referente internacional del calzado, lanza su primera colección de ropa femenina

Chie Mihara, diseñadora brasileña de ascendencia japonesa reconocida por construir una marca única en el mundo del calzado, expande por primera vez su visión creativa al aventurarse en el diseño de ropa femenina. La colección es 100% made in Spain por artesanos españoles y su fórmula, de éxito internacional, combina comodidad y diseño vibrante.

La colección Otoño/Invierno llegará a las tiendas en septiembre de 2024. Enmarcada dentro de la línea textil Ready to Wear, Chie Mihara presenta su colección Harmonic Action, compuesta por pantalones, blusas, americanas y faldas, completa el look total de Chie Mihara con una confección minimalista y geométrica inspirada en la herencia japonesa.

Jimmy Lion vuelve a innovar con dos nuevas colecciones de camisetas: lanza Fever y Jeremyville



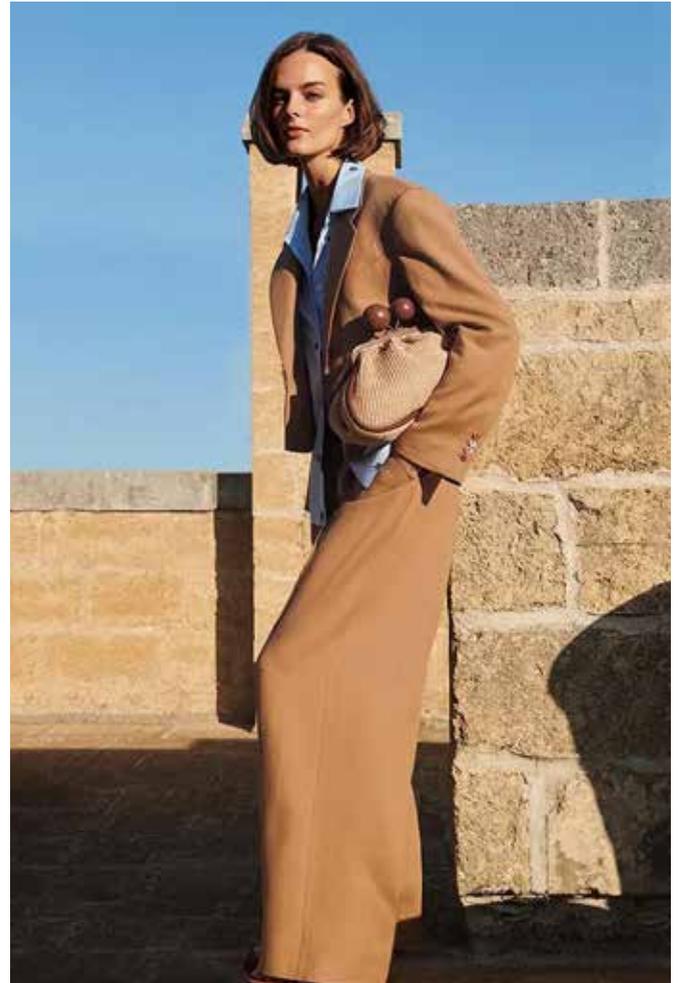
Tras haber irrumpido en la moda baño con su última colección, Jimmy Lion Swimwear, la marca vuelve a diversificar apostando por la producción de dos nuevas líneas de camisetas, territorio que ya había explorado con éxito en las colecciones Urban Bites y Retro Fever. Así, con este doble lanzamiento, Jimmy Lion vuelve a ir más allá de su producto insignia, los calcetines, y se consolida como una marca que se renueva y se reinventa.

Malne Madrid te enseña cómo llevar flores tridimensionales a tu armario de invitada



Los vestidos son la opción más tradicional para los looks de invitada. En caso de que quieras continuar con esta aproximación, muy femenina y sofisticada, la incorporación de flores 3D en este tipo de prendas será tu opción favorita. En concreto, si se añade como detalle, en siluetas rectas (pero que se ajustan perfectamente a la figura) y que incluyen cuello halter. Es precisamente en este donde se coloca una impresionante rosa y cuyos pétalos destacan e iluminan el rostro.

Land Girls: el ejército de mujeres que inspira a Weekend Max Mara

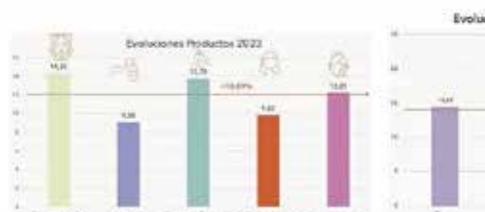
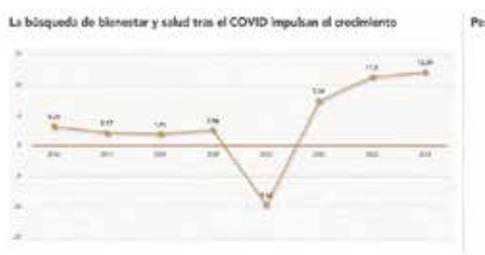


La firma apuesta por un nuevo glamour de estilo utilitario que se inspira en la ropa de trabajo de las Land Girls de los años 40. Este ejército de mujeres, el cual llegó a reclutar hasta 80.000 individuos durante la Primera y Segunda Guerra Mundial para trabajar en granjas, fábricas, hospitales y muchas otras funciones vitales no combatientes mientras los hombres tomaban las armas, fueron una parte vital del esfuerzo de guerra.

La pasión por lo urbano se extiende por las ciudades más cosmopolitas; y esto se ve reflejado en el uso de prendas que lucían dichas mujeres o en los originales estampados florales inspirados en el jardín de la poetisa inglesa Vita Sackville-West. Weekend Max Mara saca a relucir un armario rústico a la vez que lujosamente femenino.

Los monos de trabajo de las Land Girls dan pie a diseños con amplios bolsillos y costuras reforzadas, entre los que destacan amplias chaquetas y gabardinas. Los vestidos de espalda descubierta nos evocan a los delantales de las jardineras y los vestidos de chiffon complementan la robustez con la delicadeza que acompaña día y noche. Los tejidos de dril se tiñen de colores relacionados con la naturaleza.

El sector de la belleza y el cuidado personal en España superan los 10.400 millones de euros



Así se desprende del informe 'Radiografía del sector de la perfumería y la cosmética en España 2023', presentado por Stanpa, la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética. Un análisis de la industria que aborda las principales magnitudes en materia de consumo, exportaciones, empleo, innovación y sostenibilidad, entre otras.

El sector mostró en 2023 un crecimiento récord del 12,1%, situándose entre los grandes sectores contribuyentes a la expansión económica como el turismo (13,1%) o la restauración (11%).

Estas cifras reflejan una tendencia creciente, por tercer año consecutivo, con un enfoque particular en el cuidado de la piel (+14,3%), que ahora representa un tercio del consumo total y donde destaca el incremento de los protectores solares de cerca del 20%.

Este crecimiento refleja una sociedad donde el bienestar y el cuidado personal son valores al alza, con una cultura arraigada y muy equilibrada en el perfil de los consumidores y las familias españolas.

España consolida su liderazgo internacional gracias los 7.700 millones de euros de sus exportaciones y revalida su puesto como el segundo mayor exportador de perfumes, categoría que representa el 43% del total.

La multinacional suiza del sector dermatológico Galderma inaugura su sede en Barcelona y crea 150 puestos de trabajo



La multinacional dermatológica suiza Galderma inauguró este martes su nuevo centro de capacitación global (Global Capability Center) en Barcelona, donde creará más de 150 nuevos puestos de trabajo. Para establecerse en Barcelona, Galderma ha contado con el apoyo del Gobierno, a través de ACCIÓ -la agencia para la competitividad de la empresa del Departamento de Empresa y Trabajo de la Generalitat de Catalunya-. En el acto de inauguración de las nuevas instalaciones en Barcelona, participó el director ejecutivo de ACCIÓ, Joan Romero y Circuns.

Durante su intervención, Romero destacó el hecho de que empresas extranjeras como Galderma elijan Barcelona por "la localización estratégica, para completar la cadena de valor, por el ecosistema de startups, de investigación y tecnología" pero "sobre todo por el talento y por la capacidad de atraerlo de todo el mundo: esto nos diferencia de otras regiones".

Por su parte, el CEO de Galderma, Flemming Ørnskov, aseguró que "nuestro Global Capability Center en Barcelona ya está plenamente operativo, con equipos de alto rendimiento y talentos diversos que realmente reflejan la marca y el propósito de Galderma. Con un nivel excepcional de colaboración y un fuerte impulso de resultados y dinamismo, este grupo es un catalizador de nuestra trayectoria de crecimiento mientras trabajamos para ampliar nuestro liderazgo en la categoría de dermatología".

El centro de capacitación global de Galderma (GCC) es el único que la compañía tendrá en Europa.

La CNMC aprueba con compromisos la creación de una empresa que combina los negocios de Arenal y Druni



La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha aprobado con compromisos la creación de una empresa en participación que combina los negocios de Arenal y Druni. La operación afecta a los negocios minoristas de belleza y bienestar en España de Arenal y Druni y quedará controlada conjuntamente por Modelo Continente Hipermercados, S. A., sucursal España (MCH) y la familia Casp (Casp) (C/1456/24).

La operación afecta al mercado de distribución minorista de perfumería y cosmética, tanto en lo que respecta a productos de parafarmacia, como a productos de gran consumo y a productos de lujo.

Durante el análisis en primera fase, la CNMC identificó y delimitó los problemas potenciales de competencia que podrían producirse en determinadas zonas si se autorizase la operación sin compromisos.

Aunque la operación implica solapamientos en 17 municipios, solo en el de Ponferrada se alcanza una cuota elevada. En particular, daría lugar a un monopolio en el mercado de distribución de productos de perfumería y cosmética de lujo en el municipio.

Las empresas presentaron una serie de compromisos para eliminar los posibles riesgos para la competencia de la adquisición. El más importante es el de desinversión del establecimiento minorista de Druni en el municipio de Ponferrada. Se elimina así el solapamiento derivado de la operación y no se producirá un cambio en la estructura previa de este mercado.

Adicionalmente, las partes han presentado ya a un potencial comprador que deberá comprometerse a explotar este local por un periodo mínimo de 3 años.

Eurofragance publica el Informe de Sostenibilidad 2023, que destaca los avances en reducción de emisiones y uso de agua

La casa de fragancias multinacional Eurofragance ha publicado el Informe de Sostenibilidad 2023 tras su reciente calificación de platino de EcoVadis. En 2023, la empresa continuó con sus esfuerzos en materia de ESG en varios frentes a través de su red internacional. Las acciones de desarrollo sostenible de la empresa de perfumería pueden agruparse principalmente en torno a cuatro áreas: seguridad en la cadena de valor, compromiso con la comunidad, gestión de los recursos y ética empresarial con sus socios.

Con el objetivo de reducir la huella medioambiental y aumentar al mismo tiempo su impacto social positivo, la casa de fragancias asumió nuevos retos de sostenibilidad en 2023, al mismo tiempo que lograba un crecimiento de las ventas del 20% con respecto al año anterior. Laurent Mercier, CEO de Eurofragance, subraya: "Hemos sido capaces de crecer de forma rentable al tiempo que asociábamos una ambiciosa estrategia de mercado con unos objetivos de responsabilidad medioambiental y social muy ambiciosos".

En el informe, Eurofragance destaca un conjunto de acciones centradas en las personas que realizó para sus empleados en 2023. Las campañas que tuvieron éxito en la sede central, como su "Programa de flexibilidad laboral y bienestar", en el que participó una psicóloga externa, o su "Plan de aprendizaje continuo", destinado a desarrollar competencias comunes en todos los departamentos y filiales, se pusieron en marcha a escala internacional, en paralelo con el desarrollo de nuevos programas de aprendizaje.

Eurofragance cuenta con una plantilla equilibrada entre hombres y mujeres (52% mujeres, 48% hombres), junto con una política de salarios justos que se aplica en toda su red. Las mujeres están bien representadas en los puestos de liderazgo y en el equipo directivo.

Les Infusions de Prada

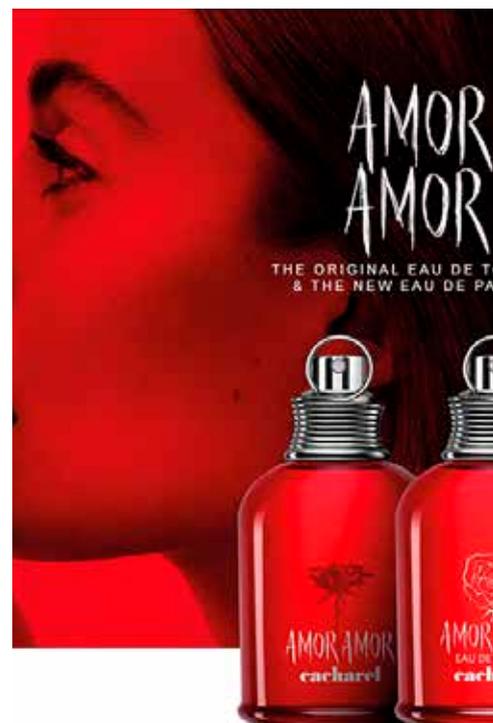


La icónica colección de fragancias unisex "Les Infusions" de Prada es una familia de aromas frescos y florales que se fusionan y despliegan para crear una firma personal extrapolada basada en la autoexpresión y la propia identidad.

Concebidas por la maestra perfumista Daniela Andrier bajo la dirección creativa de Miuccia Prada y Raf Simons, las sofisticadas fragancias unisex se materializan en una paleta de ingredientes icónicos, cada uno exaltado en su propia expresión.

En el corazón de cada Infusión se encuentra la esencia única del «Esprit d'Infusion» compuesta de almizcle y cítricos para realzar y recrear el aroma inherente de la piel.

Cacharel lanza Amor Amor Eau de Parfum



Cacharel conjuga el amor como su sello de identidad, acompañando a las mujeres en todas las etapas de su vida: desde el momento de conocerse a sí mismas, su independencia o, incluso, su primer amor.

Cacharel va un paso más allá con el lanzamiento de Amor Amor Eau de Parfum. El perfume más icónico de Cacharel se versiona en un aroma más hipnótico y profundo, que representa la emoción e intensidad del primer amor en un frasco.

Esta nueva y romántica fragancia Chipre encuentra el equilibrio perfecto entre notas cítricas, florales y amaderadas. La bergamota, el limón y la pimienta rosa protagonizan las notas de salida, ofreciendo un aroma fresco y juvenil en la piel. Un corazón floral embriaga y seduce los sentidos con una hipnótica combinación de rosa, iris y jazmín. En el fondo, una base amaderada con ámbar, cedro y musgo ahonda en los sentimientos más profundos y terrosos.

Amor Amor Eau de Parfum es también una flor y un color: la rosa roja. El icónico frasco representa una rosa que florece y se abre reflejando la intensidad y la profundidad del rango olfativo de este nuevo Eau de Parfum. El packaging exterior evoluciona a un moderno rojo suave de acabado mate, que simboliza el fondo terroso del aroma y diferenciándola del Eau de Toilette original.

Red Point: el estampado geométrico, originalidad para tus prendas de baño



Los bañadores de cortes asimétricos son perfectos para quienes desean destacar con un toque de originalidad. Con diseños que juegan con líneas inesperadas y siluetas únicas, cada pieza de la colección está pensada para resaltar tu figura de manera espectacular.

Marca tendencia este verano con Speedo



Si vas a nadar en la piscina, disfrutar de un día en la playa o incluso participar en competiciones, los bañadores de Speedo son la elección ideal para todas tus actividades acuáticas.

Los trajes de baño destacan no solo por su funcionalidad, sino también por su diseño innovador. Este año, las tendencias apuntan a colores vibrantes y patrones audaces que no solo te harán destacar en el agua, sino también fuera de ella.

Nueva colección swimwear de Sibilina Flamenca que te enamorará este verano



Sin perder la esencia del sur que tanto caracteriza a la firma sevillana, sus bikinis y bañadores serán las prendas que no podrán faltar en tu lista de imprescindibles para inaugurar la temporada de verano.

Si hay algo que caracteriza a sus sibilinas es el estilo único al vestir, reflejo del buen gusto, con el que no pasan desapercibidas allá donde vayan.

Triumph tiene los mejores bañadores y bikinis para mujeres con pecho



Triumph, famosa por sus líneas de lencería de ajuste perfecto, extiende el mismo nivel de precisión a su colección de bañadores, garantizando que las mujeres puedan llevar bañadores y bikinis que ofrezcan el nivel de ajuste y sujeción que esperan de su lencería favorita.

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, resting his arm on a light-colored stone surface. 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

Reef celebra su 40 Aniversario con un viaje a Cádiz que rememora sus orígenes



Fundada en 1984 por los hermanos argentinos Santi y Fernando Aguerre, Reef ha revolucionado el mercado de las sandalias con su inigualable combinación de comodidad, durabilidad y estilo.

Para conmemorar este hito, Reef organizó un exclusivo viaje a Cádiz, una de las playas más bonitas de Europa, reuniendo a talentos destacados, como las actrices Maggie Civantos y Stephanie Cayo, el modelo y actor Juan Betancourt y el surfista y aventurero Kepa Acero, embajador de Reef desde hace 35 años, que hizo de anfitrión de lujo de una master class. Durante la jornada, los invitados experimentaron de primera mano la comodidad y resistencia de las sandalias Reef. Pero la aventura no terminó en la playa, ya que la noche fue testigo de una vibrante fiesta ochentera, rindiendo homenaje a los orígenes de la marca en la década de los 80.

Foot Locker y Río Dulce presentan una camiseta exclusiva que celebra la cultura de fútbol local



Ya está aquí la temporada de fútbol y Foot Locker ha querido apoyar al colectivo local Río Dulce de Madrid en una colaboración exclusiva que celebra la rica cultura del fútbol local. Juntos han lanzado una camiseta exclusiva, una pieza única que no solo rinde homenaje a los códigos tradicionales del fútbol, sino que también se adapta a un estilo de vida urbano y elegante.

Puma y Carrots Green-Thumbed collection está "en busca de carrots"



Siguiendo la estética streetwear, la colección presenta una línea de calzado, accesorios y apparel inspirada en los naranjas y verdes de la paleta de colores de un jardín con gráficos retro que celebran la mascota Super PUMA. El enfoque lúdico que Carrots aplica a sus diseños se expresa en esta colección a través de un logotipo único bordado en distintas ubicaciones de cada prenda.

Red Bay de Ternua: diseño minimalista y respeto por el planeta



Las mochilas de la colección RED BAY tienen un diseño minimalista, elegante y son muy combinables, gracias a sus colores lisos y actuales. Están elaboradas al 100% con materiales reciclados y reciclables y llevan, además, un tratamiento de repelencia al agua libre de sustancias nocivas para el medio ambiente y para ti. Su diseño funcional, su estética y la calidad de sus tejidos hacen que esta mochila sea una compañera ideal para viajar o para el día a día.

Está llena de detalles: cremalleras y bolsillos estratégicos, departamento para el ordenador con relleno protector anti-golpes, un apartado lateral para la botella y una espalda acolchada para mayor comodidad. Si te fijas, en el interior, han querido hacer un guiño a la historia de los balleneros vascos, imprimiendo el mapa que muestra el recorrido que hacían entonces en pequeñas barcas itoda una audacia!

Blue Banana presenta **BLUE BANANA** **ATHLETICS**, su nueva submarca de deporte



Blue Banana, la firma de moda y aventura que destaca por su espíritu aventurero, presenta su primera línea de ropa pensada para la práctica deportiva.

La submarca BLUE BANANA ATHLETICS nace con el propósito de convertirse en una propuesta permanente y está formada por prendas femeninas, masculinas y unisex, así como accesorios.

El RCD Espanyol y Kelme presentan las equipaciones para la temporada 24/25



El pasado 2 de julio se presentaron las tres equipaciones para la temporada 2024-2025. Esta es la séptima temporada en la que el Espanyol y Kelme colaboran juntos.

Para esta merecida etapa en LaLiga EA Sports se ha apostado por tres indumentarias diferentes y con referencias históricas, al RCDE Stadium y a la ciudad del club: Barcelona.

Heydude presenta la nueva colección verano Tropical: colores frescos y modelos renovados en calzado para hombre, mujer y niños



WALLY H2O TROPICAL & WALLY H2O BLACK TROPICAL. Un modelo de zapato muy cómodo para hombre, con cordones, elaborado en nylon con un bonito estampado de inspiración marina.

WENDY HEATHERED SLUB TROPICAL. Modelo para mujer, elaborado en lona e inspirado en islas exóticas. Con suela flexible, cordones elásticos que no se atan, muy fáciles de usar y diseño estampado de bordados coloridos. Con este modelo de calzado, parece que cada día estemos de vacaciones por su gran comodidad.

XTI - VACAY MODE: Summer is for having fun. Are you ready?



Aquí no hay dudas: las sandalias son el calzado protagonista de la temporada de verano. Son la opción ideal para mantener los pies frescos y cómodos en cualquier plan.

No importa el estilo o la necesidad, hay una sandalia XTI perfecta para complementar cualquier look y brindar la comodidad que se busca.

Adiós a las zapatillas blancas, estas son las opciones de MORRISON para despedirte de ellas



Las zapatillas Millennial son una celebración de colores y estilos de los años 90 y 2000. Con una paleta de colores que incluyen rojo, verde y azul, además del clásico blanco, esta nueva línea de diseño de MORRISON con la letra M como emblema captura la esencia vibrante y divertida e invita a revivir la nostalgia de épocas pasadas con los diseños más coloridos y juveniles.

La colección Nineties de MORRISON transporta directamente a una de las décadas más prometedoras de la moda urbana. Con diseños con motivos étnicos y el viejo oeste y con cordones únicos son perfectas para los amantes de lo vintage y a su vez los colores intensos ofrecen un calzado que se ve y siente bien.

Para aquellos que buscan un estilo más esencial pero impactante, las zapatillas de la línea Essential de MORRISON son la elección perfecta. Son la definición de sofisticación casual con tonos fuertes como el burundi y el rojo y otros más suaves como el marrón y el azul.



#micam
 #micamx
 #micammag
 micam.it

MICAM⁹⁸
 M I L A N O

The world's leading
 international footwear trade fair

MICAM Milano 98
SS 2025 collections

September 15–17, 2024
 fieramilano (Rho)

MICAM **MAG**
 A STEP AHEAD



←
 the magazine
 to experience MICAM
 as protagonists

→
 if you are a buyer
 scan the QR code
 & get your
 free ticket



Inescop busca cómo mejorar el diseño de calzado infantil y promover la salud del pie



Con esta investigación se busca obtener un ajuste adecuado del pie-calzado que permita, entre otras cosas, que los dedos se muevan libremente evitando cualquier compresión en el pie de los menores. El centro tecnológico del calzado ha solicitado financiación a IVACE+ para llevar a cabo esta investigación, la cual se enmarca en el proyecto CareINFoot.

El proyecto CareINFoot, liderado por INESCOP, busca establecer una base científica que oriente a las empresas en el diseño y fabricación de calzado infantil, permitiendo un ajuste adecuado y respetuoso con la anatomía del pie de los menores. Para ello, el centro tecnológico ha iniciado la digitalización de los pies de numerosos niños y niñas de entre 1 y 3 años.

En los últimos años ha surgido un intenso debate, sobre todo en redes sociales, acerca del desarrollo adecuado del pie infantil en relación con el calzado. Una de las ideas más extendidas hoy es que los pies infantiles podrían desarrollarse de manera más saludable caminando descalzos o usando zapatos que imiten la sensación de caminar descalzos. En este aspecto, los defensores de este tipo de calzado aluden que los pies de los niños en crecimiento deben moverse libremente para desarrollar adecuadamente su arco plantar y musculatura. Sin embargo, "la dificultad para realizar estudios en esta temprana etapa (1 a 3 años), hace que sea escasa la evidencia científica que relacione el pie con el calzado en las primeras fases de desarrollo infantil", asegura Irene Vidal, podóloga e investigadora del Footwear UX-LAB. El proyecto CareINFoot busca respaldar

científicamente el desarrollo adecuado que debería tener el pie en la infancia mediante un ajuste apropiado del calzado. Para ello, lo primero es contar con datos. De ahí que INESCOP haya iniciado la digitalización de los pies de más de 300 niños de entre 1 y 3 años. "A partir de las digitalizaciones crearemos un banco de datos antropométrico con niños y niñas de entre 12 y 36 meses que nos permita desarrollar un prototipo de horma y pie por talla que facilite el diseño y fabricación de calzado infantil con una base científica", aclara Ricote. Durante los próximos meses, INESCOP visitará diferentes centros educativos de Elda y Petrer para digitalizar los pies de los menores.

Pero esta investigación no se va a enfocar únicamente en el estudio del ajuste adecuado del calzado infantil, sino que también pone un fuerte énfasis en la seguridad física y química de este, así como en el cumplimiento con la normativa vigente.

Con este enfoque, INESCOP busca garantizar que los zapatos destinados a los niños no solo promuevan un desarrollo saludable del pie, sino que también cumplan con los más altos estándares de seguridad y calidad.

Finalmente, y dado que el proyecto CareINFoot también busca concienciar a los padres, madres y tutores sobre la importancia del cuidado adecuado de los pies durante la infancia, INESCOP ha editado un cuento infantil titulado "Pie sano, pie feliz", a través del cual se dan consejos a los adultos, mientras que los niños aprenden a usar el calzado y cuidar de sus pies a través de su protagonista, Futi.

Descubre el original "Drop Heel" de Jimmy Choo



El tacón en forma de gota es un diseño verdaderamente distintivo, caracterizado por su fluidez y estilo escultural.

Este diseño se obtiene a través de un cuidadoso proceso de moldeado y lacado, logrando así un acabado suave y una tonalidad intensa.

Se incorpora en zapatos de salón y sandalias de la colección, añadiéndose como un elemento que destaca en cada diseño y capta todas las miradas.

® 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



Peter & Wolf BCN presenta su nueva colección LUX-Estival



La marca de bolsas y mochilas hechas a mano en Barcelona vuelve a su esencia de ofrecer exclusividad. Por ello, la colección LUX-Estival presenta un número muy reducido de unidades por modelo, muy en la línea del "limited edition".

Las playas mediterráneas han sido la inspiración de Marco A. Cárdenas, el diseñador de Peter & Wolf BCN, que ha querido hacer un homenaje a este paisaje escogiendo diversos tejidos de tapicería en estos colores: el amarillo del sol, el verde del mar, el crudo de la arena y el azul del cielo.

El resultado es una colección de bolsos totalmente veraniegos que realzan y complementan perfectamente todo tipo de looks, tanto de día como de noche. Marco ha creado un nuevo modelo para esta colección, el Bolicon, basado en el exitoso Bolic y de mayor tamaño, y ha incorporado también los ya conocidos Barco y Krmén.

Guess desvela su nueva colección de accesorios para otoño-invierno 2024



Las propuestas de esta temporada incluyen una cuidada selección de diseños frescos y favoritos, todos ellos elaborados con una meticulosa atención al detalle, materiales de primera calidad, tonos intensos y un estilo innovador.

La colección combina a la perfección materiales reciclados de origen consciente con lona rica y mimada, piel auténtica suave como la mantequilla y refinadas alternativas de imitación. Estas piezas se realzan con acabados antiguos, atrevidos detalles de estampado animal o el fastuoso encanto de la piel sintética. Desde sutiles detalles hasta atrevidos logotipos, los diseños se adaptan a una amplia gama de estilos personales y ocasiones.

Campomaggi: los bolsos que tu verano necesita



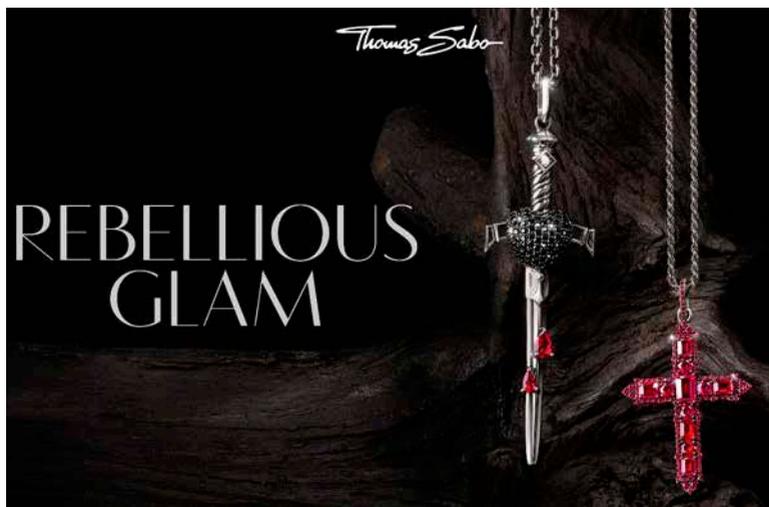
El verano ha llegado para poner nuestra paleta cromática patas arriba. Y esta máxima no aplica solo a las prendas, toca explotar nuestra creatividad y hacerlo extensivo también a los accesorios. Para conseguirlo encontrarás al mejor aliado en Campomaggi, la firma italiana de bolsos de cuero hechos a mano y que selecciona en cada modelo materias primas de la más alta calidad. El verde, el amarillo y el naranja son los tonos elegidos para elevar tus outfits veraniegos.

STEPPING STRONG
STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM

THOMAS SABO celebra su 40 aniversario



THOMAS SABO, la célebre marca de joyas internacional, celebra su cuadragésimo aniversario. Para festejarlo, introducen la colección Rebellious Glam, que transmite la esencia de la línea Rebel at heart. Con una mezcla única de belleza atemporal y naturaleza salvaje, la nueva y exclusiva colección presenta códigos de diseño seleccionados que pueden interpretarse individualmente y son adecuados para cualquier ocasión.

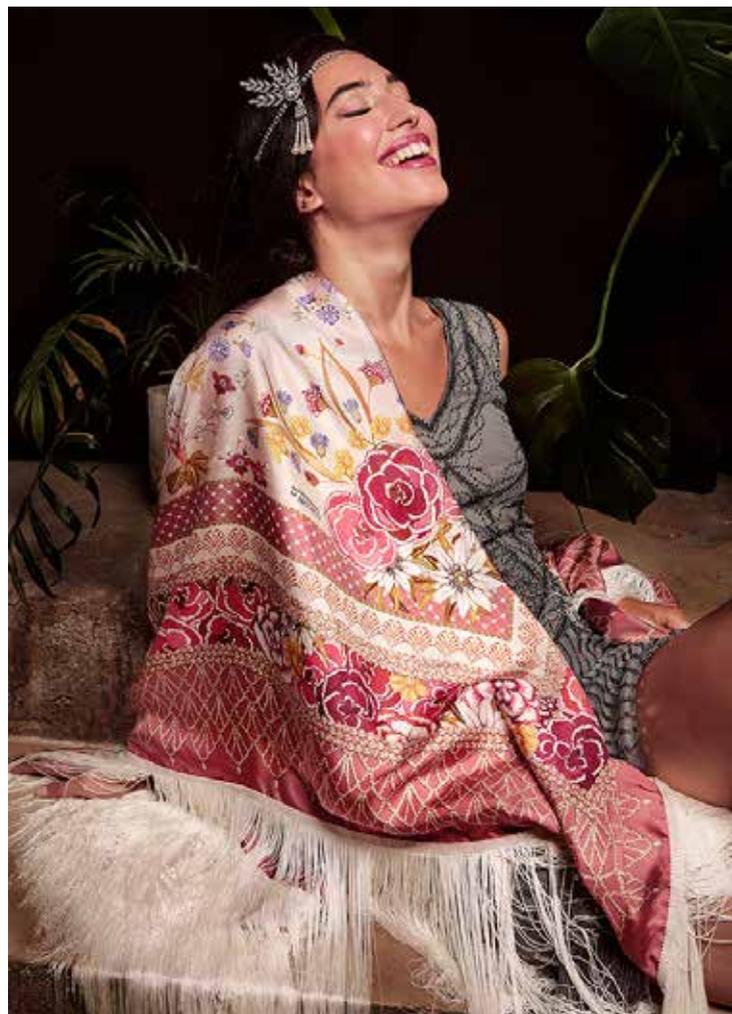
Las pulseras más coloridas y originales del verano las tiene Eleonor de Casanovas



Eleonor de Casanovas es una marca de joyas de Barcelona donde vas a encontrar diseños únicos, originales y especiales diseñadas y creadas especialmente para ti.

Todas las piezas se hacen a mano y se bañan en 2-3 micras de oro de 18/24K en Barcelona, cuidando hasta el último detalle de la producción y utilizando siempre los mejores materiales para garantizar la mayor durabilidad y calidad de cada pieza.

Altermanila, mucho más que un mantón: arte en movimiento



Estos mantones se distinguen por trasladar meticulosamente los diseños originales, que se crean en acuarela y dorado, a la seda. Cada diseño es dibujado con gran detalle, asegurando que el resultado final sea extraordinario y refleje la belleza y el cuidado invertidos en cada pieza.

La marca Altermanila ha colaborado con la prestigiosa firma de cosméticos alemana ARTDECO para el diseño del nuevo packaging de sus cajitas para polvos y sombras. En estas cajitas, se puede apreciar el estampado del mantón Claveles de Altermanila, integrando así el arte textil de la marca en los productos cosméticos de ARTDECO y ofreciendo una presentación elegante y distintiva.

El diseño de este mantón es el resultado de la fusión entre el elegantísimo estilo Art decó y la tradición española. Una mezcla de elementos de la moda de los años 20, con adornos de perlas, detalles geométricos de la época y la flora típicamente española como son los claveles, acompañado de una malla goyesca; rematado con la flor edelweiss, botón de oro... todo ello con un colorido elegantísimo.

Con este mantón te trasladarás a esa época, sin duda la más elegante de los últimos tiempos; te sentirás como una diva de los "locos años veinte". No lo dudes, causarás sensación allá donde lo luzcas.

bisutex

En coincidencia con

intergift
madridjoya
MOMAD



Salón Internacional de la
Bisutería y Complementos.

12-15
Sep

2024

Recinto Ferial
ifema.es



Salón Look 2024 abordará en octubre las últimas técnicas profesionales durante el XVI Congreso de Estética



Salón Look, la feria de la imagen y la estética integral organizada por IFEMA MADRID, que tendrá lugar del 18 al 20 de octubre de 2024, contará con una nueva edición del Congreso de Estética, que se celebrará durante la jornada del sábado 19 de octubre, de 10:00h a 18:00h, en una edición muy especial que ampliará los contenidos tratados

años anteriores.

El XVI Congreso de Estética abordará las últimas técnicas en la estética profesional. El evento, conducido por la modelo y presentadora Paloma Lago, arrancará con un interesante coloquio entre Concha Vela, presidenta de FANAE, y Ezequiel Olmos, responsable del departamento técnico de Omologic, Asesoría en Mercado CE de Aparatología Estética, quienes explicarán el candente contenido relacionado con el Reglamento Anexo 16, la nueva legislación en el Mercado CE.

Tras ellos, llegará el turno de la ponencia sobre "Cómo multiplicar los resultados de los tratamientos en cabina combinando diferentes tecnologías y protocolos", ofrecida por Cecilia Castro, licenciada en fisioterapia y kinesiología, especialista en la materia de contrastada notoriedad. Seguidamente, será el retinol y el bakuchiol, explicado desde las diferencias y efectos que tienen en la piel, el protagonista de la charla. La fisioterapeuta dermatofuncional, M^a José Bordera, intervendrá con una ponencia que lleva por título "Celulitis, lipedema y grasa localizada. Identificación y nuevos abordajes en tratamiento conservador". A continuación, tendrá lugar la exposición de un modelo de éxito en el sector de la estética profesional, una conversación inspiracional para empoderarnos y reforzar nuestra labor del día a día.

En el mismo orden de cosas, el programa se completará con aspectos dedicados al cliente y al negocio con una charla que llevará como título "8 tips imprescindibles para el profesional de la estética: aprende a controlar las finanzas de tu negocio de una manera sencilla y efectiva" impartida por David Rodelas, formador internacional en gestión de negocios de belleza. Le seguirá la exposición sobre "Dermotricología capilar, una especialidad creada para los profesionales de la salud y la belleza, un nuevo servicio rentable para ti y tus clientes". Este bloque lo completarán el célebre experto en mercados latinos de belleza, Oswaldo Sanabria, con una disertación que introducirá los procesos detox en estética profesional: "La importancia de la detoxificación del cuerpo para el éxito de los tratamientos estéticos que se realizan al cliente".

Para concluir la jornada será Víctor Camon quien tome la palabra con la ponencia "Duplica tu tiempo y mejora rentabilidad". Camon, coach internacional y homo creativo, como se define él mismo, está especializado en desarrollo personal y profesional.

La próxima convocatoria de Salón Look se celebrará del 18 al 20 de octubre de 2024, y ocupará los pabellones 12, 14 y 14.1. Las inscripciones y toda la información estarán próximamente disponibles en la web oficial de Salón Look.

Hábitat, Textilhogar y Espacio Cocina SICI contarán con la presencia como embajadoras de siete de las mejores 'influencers' del mundo digital del interiorismo y decoración



La próxima convocatoria de Feria Hábitat València, Textilhogar y Espacio Cocina SICI tendrá unas embajadoras de excepción. Siete de las mejores 'influencers' del mundo del interiorismo, la decoración o el diseño participarán del 30 de septiembre al 3 de octubre en las citas de Feria Valencia para contar de primera mano todos los detalles de esta

convocatoria conjunta.

En una iniciativa inédita hasta la fecha en el ámbito de las ferias profesionales del sector y de la mano de la agencia especializada Doublecheck, las 'influencers' recorrerán los pasillos de los más de 90.000 metros cuadrados de exposición para contar al mundo digital y dar visibilidad todo lo que suceda durante los cuatro días de ferias. Novedades, tendencias, exposiciones, conferencias, diseñadores internacionales o curiosidades estarán al abasto de este grupo de 'influencers' que suman entre ellas cerca de un millón de seguidores en sus diferentes plataformas: desde Instagram hasta Tik Tok.

Las creadoras de contenido digital actuarán, además, de prescriptoras de las ferias de septiembre para incentivar la visita de los profesionales del interiorismo, la decoración y el diseño a la que sin duda será la mayor convocatoria del año que se celebre en nuestro país con la presencia de las mejores firmas nacionales e internacionales.

Éstas son las nuevas embajadoras:

Patricia Herrero de @lovinhope_
Laura Martínez de @lauramartinez_interiorista
Sandra Román de @pasitoapasitodecorando
Mari Luz Santander de @bricoydeco
Olga Esteban de @inventando_baldosas_amarillas
Mar Casanova de @recicla.tus.muebles
Estela López de @decoandliving

Feria Valencia acogerá del 30 de septiembre al 3 de octubre la celebración conjunta de las ferias de referencia del mueble, iluminación, decoración, textiles para el hogar y equipamiento para la cocina. De este modo, Feria Hábitat València, Textilhogar Home Textiles Premium y Espacio Cocina SICI conforman el mayor escaparate en torno al hogar y el contract en una convocatoria de gran formato y de gran poder de convocatoria tanto nacional e internacional. Una fórmula de éxito de más 90.000 metros cuadrados de superficie expositiva y más de 48.000 visitantes profesionales de 70 países.

El diseñador internacional Michael Costello, primer nombre confirmado para MBFWMadrid septiembre 2024



La octagésima convocatoria del evento más longevo e importante de la industria de la moda en nuestro país, Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, comienza a desvelar los titulares del calendario oficial para la temporada Primavera/Verano 25 siendo el primer nombre el del diseñador americano Michael Costello, que hace su puesta de largo en España sobre la pasarela MBFWMadrid.

Aunque solo lleva unos meses aterrizado en España, ya es uno de los creadores de moda más reconocidos de los últimos tiempos debido a la calidad de sus diseños y a su éxito entre las celebrities. De hecho, es uno de los diseñadores favoritos de artistas como Beyoncé, Lady Gaga o JLo, que han optado por vestir sus piezas.

Las creaciones de Michael Costello han estado presentes en muchas alfombras rojas de todo el mundo, desde los Grammy hasta los Oscar. Recientemente ha sido protagonista en el Festival de Málaga con las actrices Goya Toledo y Olivia Baglivi.

El americano cuenta con el apoyo de celebrities españolas como Paula Echevarría, quien viste sus piezas a menudo, o de Esther Cañadas, protagonista de su última colección Michael Costello x Revolve.

MBFWMadrid, organizada por IFEMA MADRID con el apoyo del Ayuntamiento de Madrid, cuenta con el soporte de firmas líderes en su sector, como Mercedes-Benz, L'Oréal Paris e Inditex, patrocinadores principales que siguen siendo fieles a la cita; Allianz, Iberia y MO, que participan como patrocinadores; y Dorsia Clínicas, GHD, Udit-Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología, Comunidad de Madrid, Málaga de Moda que participa junto a la identidad corporativa de Diputación de Málaga, Junta de Castilla y León, Mar de Frades, Schweppes y Martin Miller's Gin, como colaboradores. Además, participan Escuela de Negocios, ESDEN, y Kellogg's.

Despliegue de diseño y creatividad en los espacios Archis y Minis de Bisutex septiembre 2024

Bisutex, la feria de la bisutería y complementos que organiza IFEMA MADRID, en coincidencia con Intergift y Madridjoya, ha comenzado ya la cuenta atrás de su próxima edición, que se celebrará del 12 al 15 de septiembre de 2024 en el Recinto Ferial de Madrid.

Tal y como se llevó a cabo en ediciones anteriores, Bisutex contará con el espacio Archis, donde se presentarán las colecciones de más de 20 firmas de gran nivel, así como con el denominado espacio Minis, dedicado a jóvenes empresas, y que tiene confirmada la presencia de más 60 marcas, que mostrarán las últimas tendencias en bisutería y complementos. La cita, por su parte, contará con la oferta de 400 empresas con colecciones especialmente enfocadas en la temporada otoño-invierno 2024-25.

Más de 20 firmas de alta gama y prescriptoras de tendencias participan en el espacio Archis de Bisutex, un área diferenciada que reúne a empresas procedentes de Grecia, Estados Unidos, España y Países Bajos, pertenecientes al sector medio-alto del mercado. Firmas de la talla de Aldazabal, Aranda Sombreros, Demiim, Boits, Be Sunset, Biba, Budhaqirl, Brans joyería de acero, Ex Novo Bijoux, Ma'Cuca, GS Urban / Valtico, Reisenhel, Rollink, Valentina Rivera Madrid, Oozoo Timepieces, Isafe-Privata-Stamp, Smarte, entre otras, que darán a conocer sus últimas propuestas en esta exclusiva área situada en el centro del pabellón 4.

En un primer avance, las claves de la nueva temporada apuntan a la utilización de piezas de bisutería de XXL y pedrería en cristal, diseños en madera, coral y nácar, materiales tratados con tintes naturales en una amplia gama de color, todas ellas colecciones comprometidas con la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental.

Más de 60 marcas ya han confirmado su participación en el espacio Minis. Esta zona, afianzada en el marco de Bisutex como un auténtico vivero de nuevos diseñadores y jóvenes firmas, ofrece una interesante alternativa de participación en pequeños stands de diseño modular, perfectamente adaptados a las necesidades de promoción de compañías con inquietud de posicionarse en el mercado. Se verán colecciones llegadas de Bélgica, Colombia, Italia, Malasia, España, Portugal y Estados Unidos. Piezas de bisutería que combinan piedras naturales con madera, cerámica, resina; gafas en forma de collar; diseños de inspiración náutica, líneas artesanales creadas a partir de papel, perlas, lanas y sedas, diseños realizados con materiales reciclados, entre otras algunas de las propuestas que avanzan las firmas de esta edición.

Bisutex se celebrará en coincidencia con Madridjoya (12-15 sept) Intergift (11-14 sept) Momad (13-15 sept) y Mercedes-Benz Fashion Week Madrid (12-15 sept).



Allianz EGO apuesta nuevamente por el talento emergente en la próxima edición de MBFWMadrid septiembre 24



El domingo de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid (que tendrá lugar del 12 al 15 de septiembre en el pabellón 14.1 de IFEMA MADRID) mantiene su apuesta por ser el gran altavoz del talento emergente de nuestro país con la pasarela Allianz EGO dentro del marco de MBFWMadrid. Entre las nueve firmas que desfilarán durante la jornada del 15 de septiembre, una de ellas será la ganadora del premio Mercedes-Benz Fashion Talent, galardón que le dará la oportunidad de participar en la pasarela internacional Mercedes-Benz Prague Fashion Week. De este modo, se unirá así a la estela de otros grandes nombres de la moda como Pepa Salazar, Ernesto Naranjo, Outsiders Division o Dominico, que ya se alzaron con el prestigioso galardón.

Los nombres protagonistas de la jornada son MAL Studio Custom Project, Anamingo, Karlo Módenes, Alejandro Boltad, Arturo de la Rosa, XVStrange, H05, Santamarta y el diseñador internacional invitado Tomas Nemeč, procedente de la pasarela Mercedes-Benz Prague Fashion Week, quien cerrará la jornada. Además, el domingo comenzará con la entrega del premio Allianz EGO Confidence in Fashion al mejor de los 15 diseñadores que presentarán sus creaciones en el Showroom Allianz EGO.

MBFWMadrid, organizada por IFEMA MADRID con el apoyo del Ayuntamiento de Madrid, cuenta con la participación de empresas fieles a la cita, como Mercedes-Benz, L'Oréal Paris e Inditex, como patrocinadores principales; Allianz, Iberia y MO, que participan como patrocinadores; y Dorsia Clínicas, GHD, Udit-Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología, Comunidad de Madrid, Málaga de Moda que participa junto a la identidad corporativa de Diputación de Málaga, Junta de Castilla y León, Mar de Frades, Schweppes y Martin Miller's Gin, como colaboradores. Además, participan Escuela de Negocios, ESDEN, y Kellogg's.

Expohogar anuncia el éxito de su relanzamiento con el 70% del espacio expositor previsto vendido

EXPOHOGAR

5 - 7 OCTUBRE 2024 · FIRA DE BARCELONA

El salón Expohogar, en su 63ª edición, ya cuenta con más de 300 marcas de sus sectores confirmadas y ha vendido el 70% del espacio expositor previsto en el Pabellón 1 de Fira de Barcelona, donde volverá a celebrarse, del 5 al 7 de octubre de 2024, gracias al acuerdo entre el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Barcelona (COACB) y Fira de Barcelona.

El renovado Expohogar es la suma de 4 salones para profesionales de los sectores de la Decoración, Joyería, Regalo y Souvenir, Bisutería y Complementos (ExpoDeco, BCN Joya, ExpoRegal y ExpoPell) con el objetivo de ser la feria de referencia de estos sectores, que vuelve a la ciudad después de cinco años sin ningún salón de estos ámbitos en Cataluña. El éxito de convocatoria confirma el acierto en el relanzamiento del salón, tras años de ausencia, y de su renovación como Salón de Salones.

"La respuesta de las marcas expositoras confirma la conveniencia de la propuesta. Hemos creado un entorno inmejorable para nuevas sinergias y oportunidades de negocio", comenta el presidente del COACB y de Expohogar, Ricard Penas. "La apuesta por parte del COACB por un modelo de negocio que había funcionado durante más de sesenta años, pero que con la pandemia había dejado de hacerse, es vital para proporcionar al comercio un punto de encuentro para ir más allá y fortalecer las relaciones comerciales. El sector merece una feria profesional y comercial propia en Cataluña y desde el COACB queremos contribuir a la reactivación del pequeño comercio y que Barcelona siga siendo ciudad referente para hacer negocios", concluye Penas.

Expohogar va más allá de ser una feria comercial, se trata de un evento esencial para los profesionales de los sectores, perfecto para contactar con nuevos proveedores, cerrar pedidos y generar nuevas oportunidades de venta.

El salón, 100% profesional, contará con visitantes, mayoritariamente tiendas, distribuidores, mayoristas y, sobre todo, profesionales del canal retail. Según las previsiones, gracias a su oferta transversal de sectores sinérgicos, el salón prevé recibir la visita de unos 10.000 visitantes procedentes de diferentes lugares.

Experiencia y promesas emergentes se unen sobre la pasarela de la segunda edición de 'Espacio Moda Castilla y León' el 9 y 10 de octubre en Burgos



'Espacio Moda Castilla y León' será el escaparate de una quincena de firmas de la Comunidad el 9 y 10 de octubre en Burgos. Reconocidas marcas y diseñadores, como Antonaga, Azul Izal, ORY, María Lafuente, José Martín, Fashion S.A., Fely Campo, Ainhoa Salcedo, Baro Lucas, Esther Noriega, Ángel Iglesias y Marae se unen a promesas emergentes pero consolidadas como Carolina Gázquez, Marcos Villafruela y Alejandro Maillo. A este destacado elenco se suma también Manuel Pérez, ganador del concurso de jóvenes diseñadores del año pasado, que cierra así las 16 firmas que presentarán sus colecciones sobre la pasarela.

El proceso de selección, que comenzó el pasado mes de abril, ha reunido una treintena de solicitudes. La excelencia ha primado por encima del nombre de la marca a la hora de elegir a los 15 ganadores, señalan desde el Comité de Moda, que ha evaluado cada propuesta considerando criterios tales como la calidad, la solvencia empresarial y la fuerte imagen de marca. En su opinión, "la deliberación ha sido muy complicada por la heterogeneidad y excelencia de las firmas inscritas, pues el nivel de Castilla y León en moda es muy alto".

El jurado, conformado por la vicepresidenta y portavoz de CEOE Castilla y León, Ángela de Miguel; la secretaria general de la Confederación ModaEspaña, Carmen Torres; el periodista y crítico de moda Pedro Mansilla, la representante del Grupo Nath, Pilar Pérez; la influencer de moda y empresaria Susana Díez; el diseñador y empresario Pablo Merino, de Pablo y Mayaya, y la directora de la Escuela de Diseño TEMAT, Nieves García, se ha reunido para la decisión final en un encuentro en el que también han estado presentes la directora de Comercio y Consumo de la Junta de Castilla y León, María Pettit, y la secretaria general de CEOE Castilla y León, Teresa Cetulio.

La nueva edición de Espacio Moda contará también este año con el 'Showroom - Concurso de jóvenes diseñadores', cuyo objetivo es dar la oportunidad a estudiantes de las escuelas de diseño de Castilla y León de presentar sus propuestas ante un jurado profesional y de hacer realidad su sueño de desfilarse sobre una pasarela.

Además, la exposición de nuevas tendencias, que permitirá a otras firmas castellanas y leonesas de presentar sus trabajos en una exhibición visible para todo el público durante los dos días del evento, volverá a la pasarela burgalesa en 2024.

'Espacio Moda' es uno de los proyectos de Uniendo Moda Castilla y León de CEOE y la Consejería de Industria, Comercio y Empleo de la Junta de Castilla y León, que tiene como objetivo el promover e incentivar el espíritu empresarial y el emprendimiento en el sector textil.

SILMO 2024: el impulso del presente y el futuro



Esta cita ineludible se extenderá sobre una superficie de 75.000 m2 (pabellones 6 y 7), proporcionando una plataforma líder para descubrir en detalle los últimos avances tecnológicos, innovaciones de productos y tendencias que están dando forma al futuro de la industria óptica a escala global.

El éxito de SILMO Paris radica en la amplitud y profundidad de su oferta, que abarca todos los componentes del sector: gafas, lentes, máquinas, disposición del punto de venta, marcas y centrales de compra, formación, etc. Encrucijada internacional para los negocios, el salón también debe su éxito a las numerosas herramientas de reflexión y a los espacios únicos de debate para vislumbrar el futuro de la óptica y las gafas, agrupados bajo el lema SILMO NEXT. Este concepto explica el deseo del salón de estar a la vanguardia de los desafíos estéticos y tecnológicos de un sector orientado al futuro.

La feria SILMO Paris 2024 se prepara para acoger a todos los actores del sector óptico con la participación de más de 900 expositores y la representación de 1500 marcas de 144 países de todo el mundo.

SILMO 2024 promete ser un evento de referencia para toda la industria óptica, que combina innovación, reflexión e intercambios para anticiparse a los desafíos del mañana.

La feria SILMO Paris se celebrará del 20 al 23 de septiembre de 2024 en Paris Nord Villepinte.

¡Ya puedes registrarte en RETAIL future 2024!



El 19 de septiembre de 2024 tendrá lugar una nueva edición de RETAIL future (en CaixaForum València), el foro de tendencias y transformación pionero en la Comunitat Valenciana, dirigido a impulsar la transformación del pequeño comercio y la artesanía.

En esta 7ª edición los organizadores de este evento te proponen una jornada de aprendizaje y experiencias con las ponencias y mesas redondas más inspiradoras y disruptivas. El objetivo es aportar información, conocimientos, ejemplos e ideas que te ayuden a adaptarte y seguir avanzando en la transformación de tu negocio.



La mayor plataforma informativa de la MODA en España

Diaría

Website: www.edicionessibila.com

Diaría

Newsletter: de lunes a viernes

Mensual

PuntoModa Magazine

Mensual

Prensapiel Magazine

Trimestral

Textil y Moda Magazine

HTML

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

Subscripción

Subscríbete enviando un mail a: essl@edicionessibila.com

Media Kit

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

Follow us:

