

PRENSAPIEL

REVISTA PROFESIONAL DEL SECTOR DE LA PIEL

NÚMERO 302 · SEPTIEMBRE 2024 · 18 Euros · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · prensapiel@prensapiel.com · www.prensapiel.com



MOMAD

En coincidencia con

intergift
bisutex
madridjoya



**Salón Internacional
de Moda, Calzado y Accesorios.**

**13-15
Sep**

2024
Recinto Ferial
ifema.es





NUESTRA PORTADA:
Longchamp Fall Winter 24-25

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



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 Diputación Foral de Bizkaia impulsa con 430.000 euros la competitividad del pequeño comercio local

El departamento de Promoción Económica del Gobierno foral ayuda y acompaña a los comercios del territorio, a través de las asociaciones CECOBI, Bizkaidendak y bilbaoDendak, para promover su transformación y adecuación a nuevas tendencias y hábitos de consumo.



El departamento de Promoción Económica de la Diputación Foral de Bizkaia destinará 430.000 euros a las asociaciones de comerciantes CECOBI-Confederación Empresarial de Comercio de Bizkaia, bilbaoDendak y Bizkaidendak con el fin de mejorar la actividad comercial para hacerla más competitiva y lograr un sector cada vez más atractivo para las personas consumidoras y para aquellas que ven en éste un sector de futuro para emprender o desarrollarse profesionalmente.

El Ejecutivo foral y las asociaciones comparten el objetivo de hacer que cada pequeño comercio local de Bizkaia sea único,

innovador, digitalizado y adaptado a las nuevas expectativas de las personas consumidoras, en un entorno dinámico y cambiante. Para ello, se llevarán a cabo actuaciones para:

- Mejorar el conocimiento del sector a través de estudios de caracterización
- Promover la digitalización de los procesos y canales de venta a través de foros, cursos formativos, talleres y asesorías individualizadas.
- Incidir en la profesionalización y competitividad del sector a través de acciones de sensibilización, capacitación
- Incorporar una cultura de innovación con jornadas y programas formativos y asesoramientos específicos
- Aumentar la visibilidad de los establecimientos ante las personas consumidoras poniendo en valor el comercio de proximidad y concienciando sobre un consumo responsable

-Promover la igualdad entre mujeres y hombres

CECOBI-Confederación Empresarial de Comercio de Bizkaia desde el Observatorio de Comercio de Bizkaia continuará trabajando en la caracterización de los modelos de negocio de la actividad comercial a través de un análisis de los nuevos comercios creados y del nuevo mapa de ocupación consecuencia de los cierres comerciales tras la pandemia.

El impulso a la profesionalización y la innovación del pequeño comercio local se afrontarán a través del programa "Merkataritza Irekia Bizkaian" en torno al cual se desarrollarán talleres dirigidos a subsectores concretos, charlas, asesoramiento y consultorías especializadas en torno a retos y necesidades específicas. Se dará especial relevancia al apoyo a los comercios que incorporen prácticas e iniciativas innovadoras para diferenciarse de la competencia y fortalecer su sostenibilidad futura. También se pondrá en valor la imagen de la mujer al frente de los establecimientos comerciales del territorio.

Por su parte, bilbaoDendak, asociación público-privada para la promoción de la actividad comercial y turística de Bilbao, centrará sus actuaciones en la formación y sensibilización del sector hacia ámbitos clave como la digitalización y la omnicanalidad

Finalmente, Bizkaidendak Federación de Comerciantes, Hosteleros y Empresas de Servicios de Bizkaia implementará diversas acciones para la mejora de la competitividad del sector, facilitando y promoviendo su digitalización, desarrollando un programa de formación en torno, entre otras temáticas, a la mejora de ventas y nuevas técnicas de gestión comercial y ofreciendo información y asesoramiento especializado.

Con el objetivo de orientar actuaciones dirigidas a estimular la innovación desarrollará una labor de identificación y caracterización de comercios repartidos por todo el territorio con iniciativas o modelos de negocio innovadores, poniendo especial énfasis en aquellos que apuestan por estrategias de servitización.

PuroEGO abre su primer punto de venta propio en Málaga asesorada por Rubica Real Estate

Es el primer establecimiento de la firma de moda tras firmar el acuerdo de Tenant Representant con la consultora de retail.



PuroEGO, firma especializada en moda masculina, abre las puertas de su primera tienda propia en el centro de Málaga, asesorada por la consultora Rubica Real Estate. En la Plaza de las Flores, 4, muy próximo a la calle Larios, se ubica este local de 220 m2. Con este ya son 3 puntos de venta los que tiene PuroEGO en la capital malagueña.

PuroEGO es una compañía textil nacional con más de 30 años de experiencia y presencia por toda España y desde 2015 cuenta también con presencia internacional en Centroamérica. En total tiene más de 150 puntos de venta entre tiendas propias, franquicias y córneres.

“Andalucía es una de nuestras áreas comerciales más potentes y Málaga una ciudad estratégica para PuroEGO, no sólo por su estilo de vida y público general, sino también por su atractivo turístico enfocado al mercado extranjero. Confiamos en que esta apertura nos ayude a amplificar el conocimiento de marca y su posicionamiento a nivel internacional”, señala Ángel Serrejón, consejero delegado de la marca.

Carlos Mallo, socio y fundador de Rubica Real Estate: “Tras la firma del acuerdo que nos convertía en Tenant Representant de PuroEGO, no hemos dejado de trabajar para procurar a la marca nuevos establecimientos y puntos de venta propios que complementen a sus espacios en los centros de El Corte Inglés. Seguimos trabajando para localizar más nuevas tiendas propias”.

Distribución

Mango abre su cuarto punto de venta más grande en Madrid en Plaza España con más de 1.500 m2, diseño único y certificación sostenible

Su nueva flagship el segundo punto de venta en Madrid en ofrecer bajo el mismo techo productos de las líneas Woman, Man, Kids y Teen.



Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, gana capilaridad en España y consolida su presencia en Madrid con la apertura de una flagship store en Plaza España. Coincidiendo con el año de su 40 aniversario, la compañía inaugura su cuarto punto de venta más grande en la capital y su segundo en el país en contar con la certificación de sostenibilidad y eficiencia energética BREEAM.

La apertura de esta flagship se enmarca en el Plan Estratégico 4E 2024-2026 de Mango que nace con el propósito de impulsar la propuesta de valor diferencial de la compañía, la apuesta por la innovación y sostenibilidad y el estímulo de las ventas mediante una gran expansión de su parque de tiendas y el crecimiento de todos sus líneas y canales.

Distribución

elPulpo inaugura flagship en Barcelona y continúa su imparable crecimiento en España

La marca gallega ha elegido el Centro Comercial L'illa Diagonal para la apertura de su nuevo espacio y dentro de su plan de crecimiento tiene previstas nuevas inauguraciones antes de final de año.



Tras la expansión en Latam con la apertura de 5 corners en México, elPulpo se vuelve a centrar en España y continúa con su imparable plan de crecimiento anunciando la apertura de una nueva flagship store en Barcelona, concretamente en el Centro Comercial L'illa de Av. Diagonal 557, en pleno corazón de Les Corts, una de las nuevas áreas comerciales más pujantes de la Ciudad Condal.

La nueva tienda cuenta con 65 metros cuadrados e incorpora materiales típicos

de la marca como la madera de batea reciclada y otros nuevos.

Y es que elPulpo ha incorporado mobiliario fabricado a partir del reciclaje de residuos textiles.

Con esta apertura, el grupo 100% gallego, respaldado y dirigido por el equipo de José Antonio y Jorge Chacón, sigue ejecutando su plan estratégico que le ha llevado a inaugurar este año nuevos espacios en Santiago, Santander y Madrid; y con el que está previsto realizar próximas aperturas antes de final de año.

Fútbol Emotion abre su primera tienda propia en Granada el CC Nevada Shopping

Contará con más de 700 metros cuadrados.



Fútbol Emotion, empresa líder en venta especializada en fútbol en el sur de Europa, sigue ampliando y mejorando su presencia física en España con la apertura de un nuevo concepto de tienda en Granada, en el CC Nevada Shopping.

SUAREZ abre una nueva boutique en Marbella

Continuando con su estrategia de potenciar las aperturas locales en todo el territorio, SUAREZ inaugura tienda en Marbella.



Menos de dos años después de la apertura de su ya emblemática boutique en la calle Larios de Málaga -tercer punto de venta en la provincia, junto a los de El Corte Inglés Marbella, en Puerto Banús, y El Corte Inglés Málaga-, la firma joyera ha elegido uno de los lujosos locales del Hotel Puente Romano, en el Bulevar Príncipe Alfonso von Hohenlohe, para ofrecer a los marbellíes y a todos los visitantes de la ciudad costera una nueva posibilidad de contemplar sus emblemáticas colecciones y acceder en primera persona a su exclusiva experiencia de compra.

La tienda, de casi 60 m², está adaptada al concepto del estudio parisino Bruno Moinard, por lo que presenta un diseño moderno, actual y con líneas abiertas, tanto en su amplia exposición de joyería como en su zona de atención personalizada, enfocadas en conceder todo el protagonismo a la luz, un elemento imprescindible para que las joyas SUAREZ puedan ser apreciadas en todo su esplendor.

Yuxus acelera su expansión en retail con cifras récord de tiendas propias y puntos de venta multimarca

Yuxus afianza su plan de expansión retail con la próxima apertura de su nueva tienda propia en Sevilla, dos nuevos córners de la mano de El Corte Inglés en Barcelona y Valladolid, así como presencia en espacios multimarca clave.



Tras la gran acogida de su primera apertura en el canal físico en 2023 con su tienda en la calle Fuencarral de Madrid, Yuxus ha impulsado su plan de expansión retail este año, posicionándose como un referente en el sector. La Comunidad Valenciana recibía en su capital a la firma en julio en la emblemática calle de Conde de Salvatierra y, con menos de dos meses de diferencia, Yuxus abrirá en Sevilla el próximo 6 de septiembre.

A los córners en El Corte Inglés de la Castellana, en Madrid, y el de la calle Sagasta, en Zaragoza, inaugurados los pasados meses de mayo y junio, se suman dos nuevos espacios con la apertura el 19 de septiembre en Avenida Diagonal en Barcelona, y el 3 de octubre en Paseo de Zorrilla en Valladolid. Estos nuevos córners llegan tras la buena acogida por parte de su comunidad de los dos primeros al ofrecer una experiencia de compra única y una mayor cercanía con su público, lo que empuja a la marca a planificar nuevas aperturas en El Corte Inglés para el próximo año.

La apuesta por el canal multimarca también ha sido clave para incrementar la visibilidad de Yuxus y alcanzar nuevos mercados. La inauguración de dos puntos de venta en las Islas Canarias, una de las regiones principales por esta doble apertura, y en ciudades como Madrid y Barcelona a través de WOW Concept y Newcop han sido fundamentales para alcanzar puntos estratégicos en estos emblemáticos espacios. Para finalizar el año, el equipo prevé contar con presencia en más de 10 tiendas multimarca en España y triplicar esta cantidad en 2025, llegando a Europa, donde ya tiene presencia en París y Estados Unidos.

Boston te ofrece las claves de estilo a tener en cuenta para elegir el traje de hombre perfecto

Fijarse en los hombros, las solapas, el cuello y la espalda, o tener en cuenta el largo de las mangas o del pantalón.



Lo más importante de un traje es que te sienta bien, que tenga el hombro en su sitio, el largo justo de pierna y de manga, que no sea muy ajustado ni tampoco demasiado holgado.

La parte de un traje en la que hay que fijarse para saber si está bien confeccionado es en el hombro. Esta es la zona más complicada de hacer, por el montaje de las hombreras, y la más difícil de arreglar. Para comprobar que queda bien, estos deben quedar en el sitio natural de nuestro hombro, ni más ni menos.

Las solapas de la americana tienen que quedar bien asentadas en el pecho, que no ahueque. Para esto es fundamental un buen cruce, para que

el quiebre de planchado asiente la solapa. Y un dato a tener en cuenta es que la chaqueta del traje siempre hay que llevarla con el botón inferior desabrochado.

Para que la parte de la espalda sienta perfecta, no debe quedar arrugada ni sobrar tela. Y en cuanto al cuello, la 'U' que rodea, debe estar ajustado al cuello de la camisa.

Respecto al largo de las mangas del traje, a estas debe sobresalir el puño de la camisa siempre. Y el largo del pantalón puede variar, ya que esto va por gustos y edades, aunque actualmente se tiende a llevar algo más cortos.

En cuanto a los complementos para el traje, la corbata sigue siendo la protagonista en los eventos más formales, aunque cada vez más, el traje sin corbata y pañuelo se ha vuelto un must.

Cuando se opta por un traje de tres piezas, hay que fijarse que el chaleco ajuste bien, sin apretar, y que respete el cruce de la chaqueta. Tiene que cubrir la cintura, y cuando se lleva chaleco, no se usa cinturón.

Para acertar con el tejido del traje, esta temporada predominan la lana fría, los linos y las fibras naturales como el algodón. Las fibras naturales resultan adecuadas para casi todas las estaciones porque permiten a la piel transpirar. Los linos y los tonos claros son adecuados en primavera y verano por su aspecto; y los tejidos más laneros, junto con los colores más oscuros, resultan adecuados para otoño e invierno.

A la hora de elegir la camisa, dependerá del gusto personal. Como hay diferentes cuellos, lo más importante es que esté armado, por eso, generalmente, las camisas de sastrería tienen más entreteja y un pie de cuello algo más ancho.



STEPPING STRONG
STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM

Leather Cluster Barcelona celebra su Asamblea General Ordinaria 2024

El pasado viernes 21 de junio, el clúster celebró en la Adoberia Bella, la Asamblea General Ordinaria 2024 con una buena asistencia de asociados venidos de diferentes lugares de Catalunya.



Presidida por su presidente, Bernat Vilarrubias, y conducida por Mònica Santamans, project manager con el acompañamiento de Jordi Vidal, director ejecutivo del clúster, en la asamblea se ha repasado la extensa agenda de actividades llevada a cabo durante el 2023.

Del mismo modo, se han recordado los diferentes proyectos desarrollados dentro de cada una de las líneas estratégicas de actuación de Leather Cluster Barcelona: economía circular, sostenibilidad, talento, innovación, buenas prácticas (entre otras bienestar animal y trazabilidad), y comunicación, en base al valor compartido.

En este punto hay que remarcar la participación activa de los socios que han tomado parte aportando sus experiencias en los diferentes proyectos en los cuales participan.

La dirección del clúster ha querido destacar en esta asamblea, la intensidad de la cooperación estratégica con agentes de la cadena de valor que se concreta en el desarrollo de actividades y proyectos. La colaboración en clave clúster con agentes como La Gaspar, IDR, A3 Leather Innovation Center UdL o el Museo de la Piel de Igualada, entre otros, dinamiza el plan de actuaciones y contribuye decisivamente a que Leather Cluster Barcelona consiga sus objetivos estratégicos.

También se ha presentado el informe económico, procediendo después a aprobar su gestión así como las cuentas del ejercicio 2023. También se han aprobado las actuaciones y los proyectos previstos para el 2024 y el presupuesto anual.

En cuanto a los proyectos, este 2024, Leather Cluster Barcelona continúa con una focalización estratégica con el objetivo de aportar una propuesta de valor diferencial a sus socios.

En el área estratégica de economía circular, por ejemplo, la visión del clúster es liderar la adopción de la maximización de la economía circular en la gestión de residuos y subproductos. El objetivo es obtener materias primas secundarias de alto valor añadido, evitando el uso de vertederos a medio plazo.

En este sentido, este año el clúster continúa trabajando en macroproyectos como el Re-Genera (ReGrasPro) y Corium y el de ReBioenergía (biodegradabilidad- compostabilidad).

Industria aprueba de forma definitiva a Industrias Peleteras (Inpelsa) de Canals los 700.000 euros en ayudas del Perte de Descarbonización

Industria ha adjudicado de forma definitiva 97,5 millones de euros de subvención a 14 proyectos para la descarbonización de la industria manufacturera.

El Ministerio de Industria y Turismo ha aprobado de manera definitiva catorce proyectos de la convocatoria de ayudas a proyectos de actuación integral para la descarbonización de la industria manufacturera, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia en el año 2024. Los proyectos se enmarcan en la convocatoria de la línea 1 del dicho PERTE de descarbonización industrial.

Se estiman las alegaciones de GESTAMP VIGO para el proyecto de "Descarbonización de fuentes de energía" y las de CEMENTOS TUDELA VEGUÍN para el proyecto de "Optimización del consumo de combustibles alternativos renovables para la descarbonización de la fábrica de cementos de La Robla". Se proponen sus resoluciones definitivas con una subvención de 4,4 millones de euros y de 7,5 millones de euros, respectivamente.

Además, se publican resoluciones definitivas de los proyectos de Cemex España Operaciones, Ederfil Becker, Gestamp Bizkaia,

Ferroglobe Spain Metals, Zukan, Cervezas Mahou, ENSO ESCO (2), Carnes y Vegetales, Cítricos del Andarax, Resonac Graphite Spain e Industrias Peleteras (INPELSA).

En el caso de Inpelsa, Industria confirma la subvención de 707.597,00 euros para la electrificación de las líneas de gas natural en la Planta Industrial de cogeneración de la firma en Valencia (Canals).

En total, en estos 14 proyectos, se han adjudicado de manera definitiva 97,5 millones de euros de subvención.

El Ministerio de Industria sigue trabajando a fondo en la evaluación de los proyectos y en la resolución de las alegaciones para que las ayudas a la actuación integral para la descarbonización de la industria manufacturera tengan el mayor éxito posible.

El PERTE de descarbonización industrial es una iniciativa clave en el impulso hacia una economía más sostenible, centrándose en la reducción de emisiones de carbono en el sector industrial.



ESPECIALISTAS EN
ZAPATILLAS URBANAS



Foot on Mars
sneaker store



@FootOnMars



www.footonmars.com

La firma menorquina Mascaró lanza una sofisticada colección de bolsos de la mano de su nuevo diseñador, Salus Alvarez

Mascaró eleva su línea de bolsos con una combinación perfecta entre lo artesano y lo menorquín.



MASCARÓ lanza una sofisticada colección de bolsos que aún el espíritu más tradicional de la artesanía junto al legado inmaterial de su isla de origen, Menorca.

La nueva colección bebe su inspiración en las raíces de la isla que tienen que ver con la identidad menorquina y el estilo de vida mediterráneo con una visión contemporánea, moderna y artística.

Los bolsos capturan la esencia de la isla para materializarlo en creaciones que se convertirán en iconos de la firma.

El trabajo artesano, la selección de los mejores materiales, el equilibrio entre lo bello y lo práctico además del perfeccionismo escondido en los pequeños detalles, son los principios que guían esta colección.

Destacan 4 modelos: Sella, Nura, Mini Nura e Illa.

Valentina Rivera Madrid: el tote bag cómodo y estiloso que protagonizará la rentrée 2024

Haz menos dura la vuelta a la oficina o los estudios con este bolso todoterreno de la firma vegana Valentina Rivera Madrid.



La próxima llegada de septiembre nos anuncia la consecuente vuelta a la oficina o universidad. Es entonces cuando nos aborda una necesidad inmediata de contar con un bolso 'todoterreno', lo suficientemente grande, como para poder guardar en él desde la cartera hasta el ordenador portátil y que, a la vez, podamos combinar con nuestros outfits.

¿Y si te decimos que hemos encontrado el bolso indicado? Pues bien, se llama Camila, está diseñado en cuero vegano y es de la firma Valentina Rivera Madrid. ¡Te contamos todos sus detalles!

Camila: el tote bag tendencia con espacio para todo

Sí en este caso el tamaño sí importa y es que se acabó la preocupación de no tener espacio suficiente para que entre cómodamente todo aquello que necesitamos en nuestro bolso.

Camila es una colección de tote bag multiusos en piel vegana granulada y se caracteriza por un elegante motivo Monogram en relieve. Está disponible en cinco colores diferentes, caracterizado por una gran funcionalidad al contar con siete bolsillos, uno de ellos pensado para un ordenador de hasta 15".

Otra de las principales características de su diseño es que incorpora dos asas fijas, una correa de hombro y bandolera extraíbles que lo hacen perfecto para cualquier ocasión y le aportan gran funcionalidad.

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 on a light-colored stone surface. The background is a blurred outdoor setting. In the top right corner, there is a blue graphic element with the word 'PRIVATA' in white, bold, serif font. A small, light-colored tag with the word 'PRIVATA' is visible on the man's sweater.

PRIVATA

WWW.PRIVATA.COM

Big Three Deco renueva los icónicos rubíes, esmeraldas y zafiros de SUAREZ con una puesta al día de los más queridos diseños art déco de su archivo histórico

En los 80 años de historia de SUAREZ, el rubí, el zafiro y la esmeralda han adquirido un papel fundamental hasta convertirse en auténticos iconos de la casa, tanto por la excepcional calidad de las piezas seleccionadas como por el empeño de sus artesanos en elevarlas a su máxima expresión a través de joyas totalmente únicas.



La nueva colección BIG THREE DECO presenta 19 nuevos modelos de anillo -39 combinaciones-, grandes volúmenes escultóricos de oro blanco de 18K contruidos a partir de bandas de diamantes -enfocadas en acentuar todo el esplendor cada piedra central-. Con esta unión de conceptos, SUAREZ consigue redefinir los volúmenes y las siluetas más características de su tradicional estilo art déco, puesto al día para que su carácter

arquitectónico muestre su esencia orgánica a través de las líneas más puras y equilibradas.

Bajo esta premisa, se han desarrollado tres líneas diferentes de anillos según la talla de los diamantes: con triple banda en talla brillante a los lados y talla princesa en el centro; con triple banda en talla brillante; y con triple banda cuadrada con el clásico arco SUAREZ en el brazo.

PDPAOLA nombra a Jason McNary como nuevo CEO de EEUU para liderar su ambiciosa expansión en el mercado norteamericano

La marca de joyería sigue apostando por su expansión global, ahora con una estrategia de crecimiento en Estados Unidos de la mano de Jason McNary, su nuevo CEO en EE.UU.



PDPAOLA anuncia el nombramiento de Jason McNary como nuevo Director General para sus operaciones en Estados Unidos, subrayando el compromiso de fortalecer su expansión en el mercado estadounidense. En los últimos años, la marca de joyería ha conseguido una sólida presencia online en los EE.UU., estableciendo una posición competitiva que ofrece importantes oportunidades de crecimiento a través de diversos canales.

“Estamos encantados de dar la bienvenida a Jason. Su amplia experiencia en el sector de la moda y el lujo aportará un enorme valor tanto a nuestros esfuerzos estratégicos como de ejecución”. –Humbert Sasplugas, Fundador y CEO

La experiencia internacional de Jason McNary en el sector de la moda y retail incluye cargos de Director general y presidente en Brandon Blackwood, UNode50, Hoss Intropia, agnes b y Calypso St. También ocupó cargos directivos en BCBG Max Azria y Abercrombie and Fitch, y forma parte del Consejo de Administración de Faherty Brand, BRAG y Women of Color Retail Alliance.

“Estados Unidos representa una oportunidad emocionante para la marca. Como equipo, nos centraremos en ampliar nuestra presencia en mercados clave como Nueva York, Miami, Dallas, Boston, Washington DC y Atlanta, al tiempo que desarrollamos canales de negocio mayoristas y digitales”. –Jason McNary, CEO de EE.UU.

Con este nombramiento de liderazgo estratégico, PDPAOLA se prepara para una ambiciosa expansión, introduciendo el universo de sus colecciones de joyería atemporal y contemporánea y una experiencia de tienda personalizada a un público más amplio en Estados Unidos.

Marroquinería y Complementos

Vacheron Constantin presenta su nueva serie **Métiers d'Art - tribute to traditional symbols**

Una serie de cuatro relojes en edición limitada, creados en estrecha colaboración con el anterior Bibliotecario Investigador Asociado del Museo del Palacio, ubicado en la Ciudad Prohibida de Pekín.



Vacheron Constantin rinde homenaje a la antigua cultura china con su nueva serie Métiers d'Art - Tributo a los símbolos tradicionales, protagonizada por dos interpretaciones del "Acantilado sobre agua de mar", un legendario motivo chino que apareció por primera

vez en el siglo XIV.

Esta representación de acantilados azotados por olas es propia de la tradición cultural de la China Imperial, una especialidad a cuyo estudio se dedica Mr. Song, el antiguo Bibliotecario Investigador Asociado del Museo de Palacio, que ha orientado a los maestros artesanos de Vacheron Constantin en este proyecto.

Alojadas en una caja de 38 milímetros de diámetro, de oro rosa o blanco de 18 quilates, junto al Calibre 2460 que impulsa las agujas centrales de horas y minutos, estas esferas son una dinámica y hermosa expresión del simbolismo cultural chino.



Audacia sencilla: **THOMAS SABO** presenta **Bold Elegance**

Lujo sin esfuerzo y siluetas clásicas combinadas con un diseño audaz y seguro de sí mismo: esto es lo que define la nueva colección Bold Elegance de THOMAS SABO.



Claro y puro: anillos, collares, pendientes y pulseras celebran el estilo minimalista con líneas redondeadas y suaves. Gracias a la plata 925 reciclada y pulida a alto brillo, algunas con un precioso baño de oro de 18 quilates, la colección combina la artesanía precisa con la sofisticación atemporal y el diseño moderno. La colección presenta corazones tridimensionales, gotas u ondas.



La Asociación de Fabricantes de Calzado de Menorca (AFCM) lanza el nuevo sello para el calzado "Menorca Shoes"

El lanzamiento del sello "Menorca Shoes" busca no sólo revitalizar el mercado local, sino también posicionar el calzado de la isla como un ícono de calidad mundial.



La industria del calzado de Menorca, con una rica herencia y un reconocimiento creciente, se enfrenta a un 2024 tan prometedor como desafiante. Con el reciente lanzamiento de "Menorca Shoes", un nuevo sello de calidad impulsado por la Asociación de Fabricantes de Calzado de Menorca (AFCM), la isla no solo pretende honrar su tradición zapatera, sino también catapultar su calzado al prestigio internacional, alineándose con grandes marcas y denominaciones de origen reconocidas globalmente.

Objetivos ambiciosos y estrategias de promoción novedosas

La campaña de 2024 tiene objetivos claros: instaurar Menorca Shoes como un sello de garantía y calidad, añadiendo un valor inestimable a cada producto que lo ostente. Al igual que los vinos de Rioja o los zapatos italianos, Menorca Shoes aspira a convertirse en un referente de excelencia.

Para ello, la Asociación de Fabricantes de Calzado de Menorca ha desplegado una serie de acciones promocionales audaces. Una de las herramientas más innovadoras es el mapa interactivo ya disponible en la página web, diseñado para ayudar tanto a locales como a turistas a descubrir los puntos de venta de calzado por toda la isla. Este mapa se enriquece constantemente con información sobre otros atractivos de Menorca, como museos, galerías y restaurantes, convirtiéndolo en un recurso invaluable desde el momento de llegada al aeropuerto.

Además, se está desarrollando una aplicación móvil destinada a ser un referente indispensable para todos los visitantes. Esta aplicación no solo facilitará la localización de productos Menorca Shoes sino que también ofrecerá promociones y descuentos exclusivos, suponiendo una herramienta esencial para quienes exploran la isla en busca de su atractivo calzado.

CCOO habla de "avances mínimos" al respecto del ERE presentado por la cadena de establecimientos de calzado Marypaz

Al respecto de la reunión mantenida a finales de agosto con los representantes de la cadena, fuentes de la organización sindical CCOO resumen:

Sobre la Indemnización. Se mantienen en el mínimo legal de 20 días por año con tope en 12 mensualidades, frente a nuestra propuesta de 28 días por año trabajado con un tope de 15 mensualidades.

Exclusiones al E.R.E., es decir, desafectar del despido con su traslado a tiendas que permanezcan abiertas a: Personas afectadas los dos miembros de una pareja, mantener a una de ellas. Personas con reconocimiento judicial o administrativo de haber padecido violencia de género. Personas trabajadoras con descendientes con discapacidad superior al 33%. Han aceptado esta propuesta aunque limitan el posible traslado a dentro de la provincia o un máximo de 30 kilómetros.

Cobertura de vacantes. Posibilitar que una trabajadora de las tiendas que permanezcan abiertas se pueda acoger al ERE, si así lo desea, y que su puesto sea cubierto por otra persona de la tienda afectadas por el cierre que quiera mantener el puesto de trabajo. Han aceptado esta propuesta aunque limitan el posible traslado a dentro de la provincia o un máximo de 30 kilómetros. Rechazan esta posibilidad.

Bolsa de empleo. Si la nueva empresa que mantenga la explotación de aquellas tiendas que vaya a comprar tiene, a futuro, que ampliar la plantilla, recurra de forma prioritaria al personal afectado por el E.R.E. Rechazan esta posibilidad.

CCOO valora "estos mínimos avances aunque no compartimos la limitación geográfica que plantean para las coberturas y permutas, puesto que si esta opción es de acogida voluntaria, no habría problemas si una persona se plantea cambiar de provincia. Sin embargo, el principal obstáculo para un posible acuerdo es la mísera posición empresarial en torno a las indemnizaciones", sostienen desde la organización sindical.

Un dato importante, señala CCOO: la administración concursal ha confirmado el pago del mes de agosto, despejando así algunas dudas que se habían suscitado al respecto del abono de salarios.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que el juez concursal aún tiene que decidir sobre la venta de las Unidades Productivas Autónomas a una tercera empresa que podría suponer el mantenimiento de unos 90 a 100 puestos de trabajo por la vía de la subrogación a la nueva empresa.

Para agilizar este proceso, la representación de las personas trabajadoras, se ha comprometido a trasladar los siguientes datos a la empresa y al administrador concursal:

Personas de tiendas que se cierran que se querrían quedar siendo trasladadas a otra tienda que permanezca abierta.

Personas de tiendas que se mantendrán abiertas y que quieren dejar la empresa con una adscripción voluntaria al E.R.E.

Personas o colectivos en los que se detecten irregularidades en sus nóminas, por ejemplo:

No se han aplicado los incrementos salariales de nuevos convenios colectivos.

La antigüedad reconocida de algunas personas no es correcta.

No se han abonado algunos conceptos salariales recogidos en los convenios colectivos (antigüedad, transportes, etc.)

Tras la solicitud de concurso de acreedores en el Juzgado Mercantil de Sevilla en el pasado mes de mayo, la Administración Concursal comunicó a la plantilla la intención de acometer un procedimiento de despido colectivo en la empresa Crocea Mors, S.L.U., iniciándose el período de consultas del ERE concursal en la empresa el pasado 2 de agosto, todavía abierto.

Desde entonces, la empresa ha hecho entrega de la documentación preceptiva a los representantes sindicales. En la misma, se recoge que la causa que motiva el ERE (y el cierre de las tiendas) es el deterioro en la demanda de sus productos y el aumento de pérdidas económicas. Esta situación afecta a un total de 54 tiendas (incluida la tienda online) y 276 personas.

Por el momento, se ha recibido una oferta por parte de un comprador que posibilitaría el mantenimiento del empleo de parte de la plantilla de Calzados Marypaz, pero "desde CCOO mantenemos prudencia para preservar la negociación del proceso", concluyen desde la organización sindical.

© 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

HOFF lanza una edición limitada para niños de su icónica silueta CITY

HOFF se une a la tendencia Mini-Me con la silueta signature de la firma.

HOFF lanza la colección CITY Mini-Me, su silueta más emblemática, esta vez diseñada para niños. Con una exclusiva edición limitada de solo 100 unidades para cada uno de los seis modelos disponibles, esta colección rinde tributo a algunas de las ciudades más icónicas del mundo, marcando la incursión de la firma en el calzado infantil.

Esta línea presenta seis diseños únicos—tres para niños y tres para niñas—inspirados en las ciudades de Coimbra, Biarritz, Bangkok, Matera y Cagliari. Cada par es una réplica en miniatura de los modelos para adultos, empleando materiales como el ante, la piel y la goma, además de incorporar la distintiva suela serigrafiada que caracteriza a la marca.

La campaña, dirigida por Jan Rivera y fotografiada por Pablo de Pastors, presenta a una familia de Barcelona en su día a día. La sesión, que se realizó en el distrito de Poble Nou por su espíritu artístico y bohemio, captura la esencia de la colección a través de la vida de dos creativos y sus hijos, reflejando el punto creativo y la inspiración contemporánea que proponen los diseños de la marca.



Wonders presenta su nueva colección 0124-25

Wonders te da la bienvenida al Gran Hotel Wonders para presentarte su nueva colección 01.



Esta colección se inspira en el nuevo lujo discreto y el minimalismo osado, a través de diseños atemporales pensados para combatir el consumo irresponsable. Esta temporada Wonders le da prioridad a la sencillez, a la elegancia sobria, a los diseños discretos y a la neutralidad serena de las líneas depuradas.

FitFlop avanza su nueva colección de AW24-25

FitFlop, la marca de calzado reconocida por su ingeniería inteligente y diseño vanguardista, anuncia el lanzamiento de su próxima colección AW24.



Esta colección promete redefinir el concepto de calzado cómodo y estiloso, ofreciendo una versatilidad de estilos y modelos que se adaptan a cualquier ocasión.

La colección AW24 de FitFlop abarca desde las clásicas bailarinas hasta modernas zapatillas, proporcionando opciones para cada momento del día gracias a sus cinco modelos; Delicato, F-Luma, F-Mode Sneaker, Wilder y Vitamin. Ya sea que estés buscando sofisticación o comodidad, FitFlop tiene el modelo perfecto para ti.

Calzado

Macarena, la sofisticación atemporal hecha a mano en España, presenta sus novedades en Micam

La firma presentará su nueva línea "Macarena Origins" y más de 350 productos en la feria internacional de calzado.



Macarena, reconocida por su compromiso con la tradición y la innovación en calzado artesanal, participará en la próxima edición de MICAM, la principal feria internacional de calzado, que se celebrará en Milán del 15 al 17 de septiembre. Con una participación de más de 20 años en este evento clave, Macarena presentará una amplia gama de productos, incluyendo su nueva línea Macarena Origins, así como las colecciones Macarena Icons, Macarena Bridal, y la colección Primavera-Verano 2025 (SS25).

El stand de 64 m² de Macarena será el escenario para la presentación de más de 350 productos, destacando la inclusión de materiales innovadores como nuevas rafias y textiles sostenibles, así como paletas de colores actualizadas. Estos elementos reflejan el compromiso de la marca con la sostenibilidad y la moda consciente, respondiendo a la creciente demanda del mercado por productos respetuosos con el medio ambiente.

"MICAM es la feria más importante para nosotros debido a su alcance internacional", comenta Toño Ochoa, director general de Macarena. "Nos brinda la oportunidad de mostrar nuestra dedicación a la calidad y la artesanía, así como de lanzar 'Macarena Origins', una línea que integra modelos masculinos clásicos con un enfoque moderno y sostenible."

'Corpcore' o como el rojo de Hispanitas se impone como el color más elegante para llevar a la oficina en verano

Vestir para ir a la oficina es todo un arte convertido en estética, que encuentra en los zapatos un mundo de expresión corporativa sin igual.



Bajo el mismo concepto que estéticas virales popularizadas por TikTok como el 'office siren', la ropa para ir a trabajar se posiciona como uno de los focos de atención de la moda.

Las interpretaciones en redes sociales (las verdaderas causantes de la tendencia) son infinitas e incluyen cada vez más un foco especial en el calzado. Sobre todo, en aquel que, al igual que lo incorpora la firma Hispanitas, tiene múltiples opciones de color rojo.

La primera opción, y también la más viral de todas ellas, se trata de las bailarinas.

Por otro lado encontramos los stiletos y los mules, con una pequeña elevación que aporta unos centímetros de más a nuestra altura y un efecto estilizado, idóneo para combinar con faldas largas o minifaldas, al más puro estilo Miu Miu.

Mercedes-Benz viaja en el tiempo para homenajear la 80ª edición de MBFWMadrid

La marca de la estrella rinde tributo a esta entrega tan especial de la pasarela más importante del país con uno de sus modelos más icónicos de los años 80 y una exposición interactiva del jueves 12 al domingo 15 de septiembre.



Madrid vuelve a convertirse en la capital de la moda. Del jueves 12 al lunes 16 de septiembre, la ciudad acogerá una nueva edición de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid; una muy especial, ya que la pasarela nacional más prestigiosa cumple, con esta, 80 entregas desde su debut en 1985. Lo hace, un año más, de la mano de Mercedes-Benz, principal patrocinador del encuentro desde hace 27 ediciones, que refuerza, así, su alianza con la industria de la moda nacional e internacional y continúa consolidándose como uno de los principales actores, no solo del automovilismo, sino también del sector textil.

El Recinto Ferial de IFEMA MADRID volverá a acoger las principales actividades de MBFWMadrid, del jueves 12 al domingo 15 de septiembre, para dar a conocer todas las novedades y tendencias que marcarán la temporada primavera/verano 2025. El día 16 la pasarela se trasladará a diferentes espacios de la ciudad de Madrid.

El regreso de una estrella: el stand de Mercedes-Benz, un tributo a los años 80

Para celebrar esta edición número 80 Mercedes-Benz llevará los años 80 al Cibelespacio. Su stand, punto de encuentro imprescindible para los amantes de la moda, hará un viaje en el tiempo hasta esa década con un protagonista muy especial que coronará el espacio: una unidad del mítico descapotable deportivo 500 SL, contemporáneo de la primera edición de la pasarela, en 1985.

Las siglas SL han sido el sello y la distinción mundialmente conocida, desde hace 70 años, de una tradición única de vehículos deportivos de Mercedes-Benz. Procedente de los términos alemanes "sportlich" y "leicht", que se traducen como deportivo y ligero, esta denominación subraya el diseño compacto y la naturaleza ágil de estos modelos pensados para aquellos que buscan exclusividad a la vez que deportividad. A través de diferentes versiones como esta que estará presente en el stand, la marca de la estrella demuestra una vez más su compromiso con el diseño, la innovación, la comodidad y la atención por los pequeños detalles. Además de poder admirar el vehículo original que nació hace casi cuarenta años, el espacio de Mercedes-Benz acogerá una exposición interactiva con la que se complementa ese tributo a la 80ª edición. La muestra exhibirá imágenes de sus modelos descapotables más icónicos junto a los looks y desfiles más destacados de grandes firmas que han desfilado en la historia de MBFWMadrid, como Loewe, David Delfín o Agatha Ruíz de la Prada, desde 1985 hasta la actualidad.

Por otro lado, quienes se acerquen al stand también podrán ver los desfiles en directo desde su lounge para no perderse detalle de los mejores momentos del que, sin duda, será el evento de la temporada. Como novedad y para culminar la experiencia, el espacio contará este año con una exclusiva boutique oficial de

Mercedes-Benz para que los visitantes del Cibelespacio no se vayan sin un recuerdo de esta edición tan especial.

Mercedes-Benz Fashion Talent, trampolín para la moda emergente española

Mercedes-Benz continúa impulsando la carrera de las promesas nacionales de la moda a través del premio Mercedes-Benz Fashion Talent en su 24ª edición. El domingo 15 de septiembre, se reconocerá a la mejor colección de las presentadas por los nueve creadores noveles que desfilarán en la pasarela reservada para los talentos emergentes: MAL Studio Custom Project, Anamingo, Karlo Módenes, Alejandro, Boltad –que ya obtuvo la distinción de Mercedes-Benz Fashion Talent en septiembre de 2022–, Arturo de la Rosa, XVStrange, H05 y Santamarta. Con una clara apuesta por tendencias actuales como las prendas sin género, el street wear o el upcycling. Las propuestas de esta edición se caracterizan por el enfoque personal de sus diseñadores, que plasman sus vivencias y sentimientos a través de la moda de autor.

La firma que se alce con el galardón tendrá la oportunidad de desfilarse en una de las pasarelas internacionales de Mercedes-Benz, concretamente en Mercedes-Benz Prague Fashion Week, como ya hicieron otros antiguos ganadores como Ernesto Naranjo, Rubearth y Ela Fidalgo, entre otros. De la pasarela de Praga proviene Tomas Nemeč, la firma internacional invitada que se encargará de cerrar la jornada de desfiles en IFEMA. La capital checa, un bar nocturno y una sofisticada mujer serán el punto de partida de su esperada nueva colección.

Una flota cero emisiones en Mercedes-Benz Fashion Week Madrid

Mercedes-Benz continúa con su apuesta por liderar una movilidad libre de emisiones y presenta en esta edición de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid una flota cero emisiones, formada por vehículos 100% eléctricos y PHEV (Plug-in Hybrid). De esta manera, la marca de la estrella asegura los mejores desplazamientos, uniendo la movilidad eléctrica inteligente con el diseño y la innovación que distinguen a sus vehículos.

bisutex

En coincidencia con

intergift
madridjoya
MOMAD



**Salón Internacional de la
Bisutería y Complementos.**

**12-15
Sep**

2024

**Recinto Ferial
ifema.es**



Materiales naturales funcionales con alta demanda: verdaderos todoterrenos para la industria en el foco en Techtextil 2026

Las fibras naturales pero de alto rendimiento cambian las reglas del juego para muchas ramas.



Funcional y natural al mismo tiempo: las innovadoras fibras naturales gestionan el vínculo entre el rendimiento y la sostenibilidad y se están convirtiendo en verdaderos todoterreno. Tienen una gran demanda de aplicaciones en numerosas industrias en todo el mundo. Se espera

que el mercado de las fibras naturales por sí sola crezca a alrededor de 103 millones de dólares en 2031. A medida que aumenta la demanda de materiales naturales, también se están desarrollando innovaciones para mejorar su rendimiento. Los nuevos materiales, acabados y métodos de procesamiento aumentan el rendimiento de los textiles sostenibles, ya sean naturales, de base biológica, degradables o hechos por el hombre. Esto también fue evidente en Techtextil en abril, que dedicó un área separada de "Actuación de la naturaleza" al tema futuro.

"La industria está lista para proporcionar una gama de textiles funcionales de forma natural. Ya sea en la industria automotriz o de la construcción, la demanda de materiales naturales está aumentando rápidamente. Nos complace ver que las sucursales están presentando y dando la bienvenida a soluciones con visión de futuro. En abril, más del 15 por ciento de los expositores ya mostraban fibras y materiales naturales. Debido a la alta demanda y a los desarrollos en curso, esperamos una gama aún mayor de materiales de rendimiento natural en el próximo Techtextil", dice Sabine Scharrer, Directora de Gestión de Marca, Textiles Técnicos y Procesamiento Textil de Messe Frankfurt.

Los expositores presentaron toda una gama de exhibiciones de fibras y materiales con propiedades funcionales a los visitantes del comercio, que van desde materiales aislantes naturales hasta fibras circulares de poliéster.

Entre ellos estaba la start-up canadiense Vegeto, que presentó aislamiento térmico degradable a base de algodón, fibras de biopolímero hechas de almidón de maíz y kapok, una fibra natural del árbol de seda. Una chaqueta con un forro interior no tejido basado en el nuevo aislamiento de algodón aparentemente atrajo mucha atención en el stand de Vegeto en el área de Nature Performance. "La gente vino a nuestro stand y se sorprendió mucho de que incluso existiera un material aislante a base de plantas de esta calidad", informa el gerente general de Vegeto, Ghyslain Bouchard.

Anatolian Colors de Turquía mostró tintes naturales innovadores que pueden competir con los tintes químicos en términos de calidad y durabilidad.

La start-up suiza OceanSafe presentó un material de poliéster que, según la compañía, es tan duradero, funcional y escalable como el poliéster convencional.

La 6ª edición de Istanbul Fashion Connection (IFCO) aumenta un 13,9% el número de visitantes internacionales, alcanzando un total de 18.000 procedentes de 121 países

IFCO reunió del 7 al 9 de agosto la oferta de 300 expositores, ocupando una superficie de 30,000 m2.



Del 7 al 9 de agosto de 2024, tuvo lugar la exitosa sexta edición de IFCO Istanbul Fashion Connection con 300 expositores en un total de 4 pabellones en el Centro de Exposiciones de Estambul. Con este evento, Istanbul Fashion Connection subraya su importancia como un centro para la industria de la moda internacional.

En comparación con el evento del año anterior, la proporción de visitantes internacionales aumentó en un 13.9%. Casi 18,000 visitantes acudieron a IFCO en Estambul, de los cuales el 35% provenía del extranjero.

La región más representada fue Asia con un 31.3%, seguida de Oriente Medio (31.3%), Europa (16.4%), África del Norte (13.4%), América del Norte, América del Sur y África en conjunto con un 3.1%. Grupos de compradores de alto nivel de un total de 121 países asistieron a IFCO para conocer las últimas tendencias de la moda, establecer redes y hacer pedidos.

Divididos en áreas de productos claras en un total de 30,000 metros cuadrados de espacio de exhibición en cuatro pabellones, las marcas y fabricantes presentaron las últimas colecciones en las áreas de ropa femenina, masculina, infantil, denim, ropa deportiva, de noche y de boda, lencería, medias, cuero y pieles.

Una vez más, el área de diseñadores THE CORE Istanbul inspiró a los visitantes con colecciones creativas y exclusivas de diseñadores y demostró ser un imán para los visitantes. Más de 20 diseñadores establecidos y jóvenes presentaron sus últimas colecciones. Muchos de ellos ya están representados internacionalmente, como Arzu Kaprol, Meltem Özbek y Tuba Ergin.

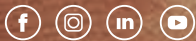
El tema del Área de Tendencias de IFCO de este año, "Ascensión", fue organizado por la Academia de Moda de Estambul (DMA). DMA fue fundada con el objetivo de formar diseñadores de moda con una alta conciencia de la moda, el diseño y el arte, así como de los mercados internacionales.

Turquía está desempeñando un papel cada vez más importante como proveedor de ropa y textiles. Como jugador global, el país ocupa el tercer lugar en exportaciones a la Unión Europea y el sexto como proveedor global. está en expandirse en estos mercados.

PRÓXIMAS FECHAS:

Texhibition Estambul: 11-13 de septiembre de 2024.

IFCO Istanbul Fashion Connection: 5-8 de febrero de 2025.



#micam
 #micamx
 #micammag
 micam.it

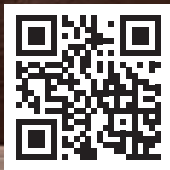
MICAM⁹⁸
 M I L A N O

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



www.edicionessibila.com



La mayor plataforma informativa de la MODA en España

Diaria

Website: www.edicionessibila.com

Diaria

Newsletter: de lunes a viernes

Mensual

PuntoModa Magazine

Mensual

Prensapiel Magazine

Trimestral

Textil y Moda Magazine

HTML

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

Subscripción

Subscríbete enviando un mail a: essl@edicionessibila.com

Media Kit

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

Follow us:

