

PUNTO MODA

NÚMERO 360 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com



**La Industria de la
Cosmética Catalana busca
Talento Vegano
y Cruelty Free**

**Dolores Cortés colabora
con la Fundación Le Cadó
en la X Marcha Solidaria
Contra el Cáncer de Mama
"Un Paseo por la Vida"**

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:
"Feels like UGG" O/I

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

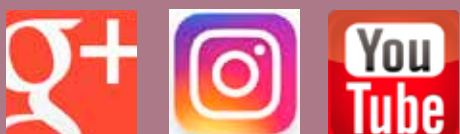
ISSN 2564-8993

La revista PuntoModa no se hace responsable de las opiniones expresadas por nuestros colaboradores y/o lectores.



PUNTO MODA

tym
textil y moda



Las devoluciones en rebajas crecen un 53%, respecto al mismo periodo del año anterior

Las rebajas de verano están a punto de terminar, un período caracterizado por un notable aumento en el consumo en el sector de la moda, y que pone de manifiesto el impacto ambiental que esta actividad genera. REVER, la startup que revoluciona las devoluciones en eCommerce convirtiéndolas en procesos más sostenibles, rápidos y sencillos, ha comparado y analizado el aumento del retorno de los productos comprados durante esta época.

Según el estudio de REVER, las devoluciones durante la época de rebajas de verano en 2024

han aumentado un 53%, en comparación con el mismo período del año pasado. En algunos eCommerce, incluso, se ha registrado hasta un 300% de incremento en la tasa de devolución en comparación con las rebajas de la época estival de 2023.

La "Ropa de baño" y la "Moda masculina" lideran las devoluciones en las rebajas de verano. Durante esta época se ha detectado un aumento de las devoluciones en estas categorías del 55% y 38%, respectivamente.

Carlos Mazón: "Ponemos en marcha un servicio pionero en España para impulsar el reconocimiento, la protección y la promoción de los productos artesanales e industriales de la Comunitat"

El presidente de la Generalitat, Carlos Mazón, ha subrayado que la Generalitat pone en marcha "un servicio pionero en España" de Indicaciones Geográficas para productos artesanales e industriales de la Comunitat Valenciana "que permitirá impulsar su reconocimiento, protección y promoción".

Durante el acto de presentación de esta nueva iniciativa, el jefe del Consell ha remarcado la rapidez con la que se ha creado este nuevo servicio destinado a "orientar, acompañar y respaldar al tejido empresarial" en la tramitación de Indicaciones Geográficas para este tipo de productos, tras la publicación del reglamento europeo "hace diez meses y medio".

Carlos Mazón ha puesto en valor que la Comunitat Valenciana sea la primera autonomía en llevar a cabo esta medida "para que los productos artesanales e industriales de nuestra tierra puedan competir lo antes posible con su calidad y excelencia protegidas por una indicación geográfica, poniéndola en valor en los mercados internacionales".

El máximo representante del Ejecutivo valenciano ha ensalzado "la excelencia y la tradición" de los productos de nuestro territorio,

además del "saber hacer de sus productores". En este sentido, ha destacado algunos ejemplos como el mármol de Alicante, las muñecas de Onil, las alfombras de Crevillente y la cerámica de Manises y L'Alcora, además de otros productos como los agroalimentarios y el vino.

En su discurso, Mazón ha manifestado el compromiso del Consell "con nuestra industria y artesanía" para "poner en valor lo que nos caracteriza, lo que nos da prestigio y lo que se reconoce en todo el mundo como alicantino, castellonense o valenciano y que, precisamente por eso, es sinónimo de calidad y excelencia".

Además, ha defendido que un producto "adquiere valor por sí mismo debido a su origen" y ha considerado que "la partida de nacimiento de un artículo abre puertas".

Igualmente, ha señalado la importancia de que se protejan y se difundan las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen. En este sentido, ha resaltado que actualmente la Comunitat Valenciana cuenta con 24 de las 381 indicaciones y denominaciones agroalimentarias, de vinos y bebidas espirituosas que hay en España "que reconocen y prestigian las joyas de nuestra agricultura o nuestros vinos".

Swarovski inaugura bajo el concepto Wonderlux su tienda en la Roca Village



La tienda Wonderlux en La Roca Village es un reflejo del compromiso de Swarovski con la excelencia y la innovación. El espacio, radiante de luz y color azul, invita a los visitantes a sumergirse en el mundo resplandeciente de una de las casas de lujo más icónicas de Europa. Los clientes podrán descubrir una amplia variedad de productos, que incluyen desde joyas de cristal y decoración para el hogar hasta accesorios exclusivos y artículos de edición limitada.

El diseño de la tienda, conceptualizado por la Directora Creativa Giovanna Engelbert, busca despertar el asombro y rendir homenaje a la brillante belleza del cristal.

Primark abre una nueva tienda en Rivas-Vaciamadrid tras una inversión de 7 millones de euros



Primark, la compañía internacional de moda, ha abierto las puertas de su nueva tienda en el centro comercial H2O de Rivas-Vaciamadrid. Con una inversión de alrededor de 7 millones de euros, se trata de la tienda número 64 de Primark en España y su número 12 en la Comunidad de Madrid. Con esta, la compañía ya ha abierto cuatro tiendas en la Comunidad de Madrid en el último año. El nuevo establecimiento ha generado 85 empleos para la economía local.

Primark Rivas-Vaciamadrid cuenta con más de 2.300 metros cuadrados de espacio comercial, en el que ofrece una amplia línea de productos de calidad, desde básicos para el día a día como vaqueros y pijamas, hasta las últimas tendencias en moda, productos de belleza, ocio y artículos para el hogar, todo a precios asequibles. Como novedad recientemente introducida en España, la tienda también está equipada con cajas de autopago, además de las cajas tradicionales.

Vestiaire Collective aparece en la serie favorita de Netflix en todo el mundo sobre una chica estadounidense en París



Como Mindy, la mejor amiga de nuestra heroína, se encuentra en una situación económica complicada, Emily Cooper le enseña Vestiaire Collective y le explica que es una forma de ganar dinero vendiendo algunas de sus prendas de diseño. A lo largo del episodio, la serie pone de relieve los 15 años de incomparable experiencia de Vestiaire Collective en autenticación de prendas y accesorios y reafirma su posición como el destino de confianza para comprar y vender moda de lujo de segunda mano y gran calidad. En tan solo unos segundos, Mindy vende un vestido Balmain a través de la aplicación.

Foot Locker lanza en exclusiva un nuevo par de Nike TN inspirado en la ciudad de Nápoles



Foot Locker Europa presenta el nuevo y exclusivo modelo de Nike TN, un tributo a la icónica ciudad italiana de Nápoles. Este diseño celebra la pasión napolitana por el fútbol y la música, reflejando el carácter vibrante de su comunidad y sus históricos barrios.

Siguiendo los icónicos y exclusivos lanzamientos de Saint-Denis (Francia), Brixton (Inglaterra), Berlín (Alemania) y Marsella (Francia) de los últimos años, este nuevo par se inspira en la ciudad de Nápoles.

Nápoles, la tercera ciudad más grande de Italia, es el epicentro de la cultura urbana italiana, donde la pasión por el deporte y el streetwear se fusionan. Actualmente, la ciudad está experimentando un gran crecimiento gracias a los recientes éxitos en fútbol, cine y música; enriqueciendo la industria del entretenimiento y la cultura italiana como nunca antes.

Mango potencia su negocio online con Marlies Hersbach como nueva directora ejecutiva de Ecommerce y la apertura de 12 nuevos mercados



La compañía nombra a Marlies Hersbach, actual International Retail Director de Mango en Francia, como nueva directora ejecutiva del Ecommerce (reportando a Elena Carasso, directora de online y cliente) para seguir impulsando su canal online en los próximos años y contribuir a la consecución de los objetivos marcados en su Plan Estratégico 2024-2026.

Asimismo, Mango, pionera en Europa con el lanzamiento del e-commerce en el año 2000, continúa la expansión de su canal online con la entrada en 12 nuevos países, situados especialmente en el continente africano.

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



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.

El destino denim: Guía Levi's para el streetstyle vaquero definitivo en la Semana de la Moda de Copenhague



El denim es una parte integral del paisaje de la moda. El denim no sólo inspira a diseñadores de todo el mundo, sino que también influye en el estilo callejero de quién lo lleva y cómo lo lleva, haciendo suyo el estilo vaquero.

Desde su creación en 1873, el humilde vaquero azul se ha mantenido atemporal, versátil y difícil de imaginar un mundo sin él. Sin duda, el denim destaca en las calles de Copenhague: puede verse en combinaciones clásicas o en looks más alternativos y elevados. En la Semana de la Moda de Copenhague de este año se mostraron varias tendencias vaqueras para ir de 9 a 5 o de 5 a última hora.

Desde los vaqueros y una camiseta blanca hasta el estilo monocromático de vaquero sobre vaquero, estos looks clásicos pero llamativos están hechos para que los mezcles, los combines y te maravilles. Los ajustes relajados se apoderan de las calles, desde los Levi's® 555™ holgados pero no demasiado hasta los nuevos XL Straight anchos y oversize, que se convierten en un ajuste imprescindible para esta temporada. Las influencias occidentales mantienen su popularidad con prendas vaqueras llamativas como faldas vaqueras y monos complementados con botas vaqueras y sombreros de estilo escandinavo.

Para los looks más veraniegos y fáciles de llevar, los jorts y los shorts holgados de cintura alta se imponen para vestir en climas cálidos, con la mezcla perfecta de estilo relajado para el día a día.

Paloma Álvarez + Juanjo Máñez = Malne



Paloma Álvarez y Juanjo Máñez son dos nombres conocidos en la moda española, reconocidos por su talento excepcional en el diseño de pret-à-porter de lujo y alta costura. Su unión creativa, tras años de trabajo por separado, dio finalmente con un camino común al crear la firma Malne, una marca que encarna la elegancia, la exclusividad y el lujo en cada una de sus creaciones.

Con una trayectoria que abarca desfiles en Mercedes-Benz Fashion Week Madrid (MBFWM) y MFSHOWMEN -además de colaboraciones con revistas de moda como Vogue y Elle- los diseñadores han aportado su visión particular a la industria.

Desde sus primeros pasos como diseñadores de costura hasta la creación de su propia firma, Paloma y Juanjo han demostrado un compromiso con la excelencia y la innovación en el mundo de la moda, al crear vestidos con la mayor calidad posible. Algo en lo que sin duda está presente su experiencia trabajando con celebrities nacionales e internacionales, modelos y fotógrafos profesionales, que les han capacitado para compartir sus diseños. Algunas de sus clientas han sido Carmen Lomana, Lindsay Lohan o Mar Flores, por lo que se han posicionado también en la escena internacional de la moda.

Fred Perry x Amy Winehouse Foundation



Fred Perry x Amy Winehouse Foundation, la histórica colección cápsula que une la marca con la fundación que lleva el nombre de la leyenda, vuelve para la próxima temporada.

Diseñada siempre con la estrella británica del soul como referente, esta vez la colección se inspira en la pasión de Amy por la moda retro y su amor por el maquillaje así como también a uno de las obsesiones de la casa Fred Perry, la subculturas, su vida nocturna y sus filias musicales, motivos protagonistas de la anterior temporada y también de la actual: Night tales & Get Ready.

El color de la temporada se apodera de la nueva colección de Algo Bonito



Esta nueva línea combina elegancia y tendencia, ofreciendo conjuntos que destacan por su sofisticación y versatilidad.

Algo Bonito, es más que una marca, es un tributo a la libertad y naturalidad de las mujeres. Desde su inicio en Madrid en 2012, se dedica a diseñar prendas cómodas y atemporales para mujeres actuales, únicas y seguras de sí mismas. La marca no solo aprecia la moda, sino que también se esfuerza por crear un ambiente cálido y único para sus clientas, buscando constantemente las últimas tendencias.

Allsaints reinventa el estilo utility y lleva los pantalones con bolsillos al siguiente nivel



AllSaints es una firma londinense cuyo DNI radica en la personalidad, la actitud y el sentimiento de cada uno. Su armario es catalizador de la individualidad, con colecciones diseñadas para que la gente se vea y se sienta bien. Cazadoras de cuero icónicas, botas biker o prints sorprendentes, esta firma lleva desde 1994 haciendo ruido y revolucionando el sector. Sus máquinas de coser Singer rescatadas de antiguas fábricas y tiendas de segunda mano decoran muchas de sus tiendas, poniendo en valor la artesanía y el saber hacer de la marca.

Adolfo Domínguez presenta en la Dubai Fashion Week su colección O/I 2024 IKIGAI



Sintetizar una colección de más de 1.200 referencias en una quincena de looks. Ese ha sido el reto de Adolfo Domínguez en la Dubai Fashion Week el pasado 2 de septiembre. La firma de moda de autor ha creado una experiencia efímera, en la que durante una tarde los asistentes a la Dubai Fashion Week han podido conocer las piezas clave de IKIGAI, su colección otoño-invierno 2024.

Entrelazados en un espacio de más de 20 metros y rodeados de artesanías elaboradas con materiales naturales, una docena de maniqués daban forma a las prendas de la marca de moda de autor.

Las prendas de la nueva colección están desarrolladas a partir del concepto japonés del ikigai, que invita a ir en busca el propósito vital, en el Laboratorio Creativo Ágora, del que forman parte todos los diseñadores del grupo Adolfo Domínguez. El resultado es una colección ideada para ser vivida, con ropa que nace para hacer entender que la belleza y la felicidad residen en las pequeñas cosas.

La cultura nipona, de la que parte el concepto Ikigai, está plasmada en estampados y piezas de autor en las que no faltan los tejidos arrugados, volantes y cortes asimétricos. Con siluetas y volúmenes relajados desde el patronaje, los tonos neutros contrastan con colores vivos.

La granadina Inves Biofarm llega con sus cosméticos y productos sanitarios a mercados americanos y asiáticos



La Industria de la Cosmética Catalana busca Talento Vegano y Cruelty Free



La granadina Inves Biofarm llega con sus cosméticos y productos sanitarios a mercados americanos y asiáticos

La compañía, fundada en 2012 y ubicada en el PTS de Granada, es hoy un ejemplo de cómo la investigación y el desarrollo pueden traducirse en un negocio internacional en continuo crecimiento, abriendo nuevos mercados y buscando nuevos distribuidores para sus productos. "Nuestro objetivo ha sido siempre poner al servicio de los investigadores y de las asociaciones de pacientes una plataforma para el desarrollo de medicamentos huérfanos y para ello lo que hemos hecho ha sido desarrollar y producir productos cosméticos y sanitarios, que nos han permitido financiar el objetivo fundacional de nuestra empresa que es desarrollar estos medicamentos huérfanos", explica Almudena Gómez, Directora Técnica.

Inves Biofarm cuenta con una plantilla de 24 personas, con un alto porcentaje de mujeres. "Producimos por encima de dos millones de unidades de productos estériles, que se presentan en ampollas, viales o jeringas precargadas y por encima 100.000 unidades en cremas y líquidos, siendo en todos los casos el punto fuerte la calidad de los productos. Nuestra facturación está por encima de los 2 millones de euros", prosigue la directiva.

Su éxito se basa en la innovación. "En nuestra empresa, dedicamos mucho esfuerzo y tiempo a la investigación, desarrollo e innovación. Tenemos el certificado de pyme innovadora y desde los comienzos de la empresa, hemos llevado a cabo hasta once proyectos de investigación, tanto de ámbito nacional, como internacional. Ahora mismo estamos en un proyecto de colaboración con China", señala Ana Leticia Jiménez, Directora de I+D.

La empresa ha publicado recientemente en una revista de alto impacto los resultados de una investigación realizada con uno de sus productos novedosos para la dermatitis atópica, que puede emplearse tanto en adultos como en niños. Dicho producto ha sido testado en pacientes bajo la supervisión de dermatólogos especializados en esta patología y mejora de forma significativa la sintomatología asociada.

La cosmética vegana y cruelty free está cambiando las preferencias de los consumidores y por ello transformando el panorama laboral dentro de la industria de la belleza y la cosmética en el mercado catalán. Una tendencia que, según la consultora Catenon, obliga a las empresas del sector a contratar y formar profesionales con las competencias y el talento adecuados para satisfacer la demanda de productos y tratamientos de belleza veganos y sostenibles.

La alimentación vegana lleva años ganando popularidad, especialmente entre las nuevas generaciones que, además de un horizonte de salud, encuentra en ella unos valores vinculados al medioambiente, la sostenibilidad y el respeto animal. A ella se suma ahora la cosmética vegana y cruelty free, productos que no contienen ingredientes de origen animal y no son probados en animales, que refleja un cambio radical en las preferencias de cuidado y belleza de los consumidores, lo que impulsa la demanda de profesionales que comprenden y promueven estos valores.

Una tendencia que, en el entorno de los recursos humanos esta impactando en la demanda de ciertos perfiles profesionales dentro de la industria de la belleza y en todos sus ámbitos de actividad, desde la investigación a las ventas. "Cataluña cuenta con un importante mercado en el ámbito de la belleza y es referente en el tema vegano-señala Laura Urue, Responsable de Consumo de Catenon-. Aquí se están creando importantes empresas referentes a nivel mundial para poder abordar un mercado que esta explotando. Y que va a pasar según datos como los aportados por Mordor Intelligence de los 2,84 mil millones de dólares en 2024, a los 3,95 mil millones de dólares en 2029. La sociedad no quiere mirar para otro lado y la belleza libre de crueldad animal, vegetariana y vegana se ha disparado en los últimos años en todo el planeta. Por ello, desde Catenon tenemos una alta demanda de profesionales especialistas en diferentes ámbitos de este sector, y estamos trabajando en la búsqueda de perfiles a lo largo de los 100 países en los que operamos. Cataluña aspira a ser un referente internacional de cosmética vegana y no solo por la creación de nuevas marcas, sino por el gran interés y los destacados proyectos que se están generando en las multinacionales instaladas aquí".

Estos son los consejos de la experta Noelia Jiménez para cuidar tu pelo en verano



La experta estilista capilar Noelia Jiménez, propietaria del salón de belleza que lleva su mismo nombre, ofrece todas las claves para mantener la melena en perfecto estado durante la temporada estival. ¡Síguelos al pie de la letra y tu pelo sobrevivirá hasta tu próxima visita a tu centro de referencia!

Proteger el pelo del sol. Al igual que proteges tu piel, es importante proteger tu cabello de los dañinos rayos solares. Utiliza un buen protector solar capilar y, siempre que tengas ocasión, apuesta por sombreros o pañuelos para cubrir el cabello

Su oferta beauty, fundamentada en el concepto del "well-aging" y con el foco puesto en la belleza respetuosa y natural, es muy amplia y engloba un amplio abanico de tratamientos capilares, faciales y corporales.

El cabello ocupa un lugar privilegiado en su carta de tratamientos. La coloración capilar, unida a las impecables técnicas de corte, constituye el servicio estrella.

Las terapias de volumen, de reestructuración, de forma y los más punteros servicios de pedicura y manicura se dan cita en este salón que a nadie deja indiferente.

Su spa de manos y pies -con mani-pedis deliciosas- y su cabina de belleza -en la que se realizan selectos protocolos corporales y faciales- completan la selecta carta del Salón Noelia Jiménez. Sin olvidar, por supuesto, su tienda online, en la que tienen cabida los cosméticos de las marcas más lujosas y eficaces del mercado tanto para el cabello como para el rostro o el cuerpo.

Gracias a la exquisitez y a la calidad de sus servicios y tratamientos, al buen ambiente y a la profesionalidad de toda la plantilla es fácil encontrar en el salón a grandes personalidades de la élite social, económica y cultural a nivel mundial, ya que el Salón Noelia Jiménez cuenta con una fuerte afluencia internacional.

Asimismo, Noelia Jiménez, alma mater de este proyecto de altura posee ese don que no todos tienen la suerte de tener: sabe conectar con los clientes que pasan por el salón y capta a la primera lo que están buscando. Siempre con absoluta discreción, buque insignia del salón.

si vas a exponerte directamente al astro rey.

Hidratación adecuada. Aumenta la hidratación de tu cabello durante los meses más calurosos. Utiliza acondicionadores y mascarillas hidratantes para mantener el cabello suave y saludable. Además, beber suficiente agua también es fundamental para hidratar el cabello desde adentro.

Limita el uso de herramientas de calor. Durante el verano, trata de minimizar el uso de secadores, planchas y rizadoros, ya que el calor adicional puede dañar el cabello. Si es necesario utilizar estas herramientas, asegúrate de utilizar un protector térmico para reducir el daño causado por el calor.

Lava el cabello adecuadamente. Lava tu cabello con agua tibia o fresca en lugar de agua caliente, ya que el agua caliente puede reseca el cuero cabelludo y el cabello. Utiliza champús suaves y acondicionadores sin sulfatos para evitar el daño y la sequedad.

Protege el cabello de la humedad. En climas húmedos, utiliza productos anti-frizz para controlar el encrespamiento y mantener el cabello bajo control. También puedes optar por peinados recogidos o trenzas para evitar que el cabello se enrede o se dañe con la humedad.

Evita el cloro y la sal del mar. Antes de nadar en la piscina o en el mar, humedece tu cabello con agua limpia para evitar que absorba demasiado cloro o sal. Después del baño, enjuaga bien el cabello con agua dulce y usa acondicionador para mantenerlo saludable.

¡¡MUY IMPORTANTE!! Recuerda que cada tipo de cabello es único, así que es importante adaptar estos consejos a tus necesidades individuales. Consulta con un estilista profesional para obtener recomendaciones personalizadas y mantener tu cabello en óptimas condiciones durante los meses calurosos.

NOELIA JIMÉNEZ abrió sus puertas en 2015. Ocho años después, se ha convertido en uno de los salones de peluquería más exclusivos de Madrid. Una ubicación privilegiada, con vistas a los jardines del buen Retiro, unas instalaciones espaciales y una atención personalizada y exquisita convierten a este espacio en un lugar único donde embellecerse de la cabeza a los pies.



Nuevas colecciones de la línea Smart de TRIUMPH, ropa íntima que se adapta perfectamente a todos los cuerpos



Ofrece un completo guardarropa de estilos Smart que se adaptan intuitivamente a los cuerpos únicos de las mujeres.

Esta temporada se une a la familia de productos Smart el nuevo Lift Smart Bustier, la serie de encaje ultraligero sin aros que se adapta intuitivamente a las formas individuales del cuerpo ofreciendo una sujeción sin igual.

Diseñado en un estilo de bustier llamativo que se ha hecho para ser visto.

Deslízate hacia el invierno con la nueva colección FW24 de ropa interior de Guess



Desde lujosos sujetadores de encaje, bragas y ligas hasta prácticos boxers, camisetas y calcetines listos para el invierno y prendas para estar en casa, la nueva colección de ropa interior rebosa de telas suntuosas, tonos de colores y detalles distintivos.

Brilla y resplandece, incluso en las noches más oscuras, con la nueva colección Luminous Nightfall. Una colección elevada de sofisticados conjuntos de ropa interior, ligas, pijamas, camisolas sedosas y batas de vestir. Elige entre piezas adornadas con cristales, encajes y piel sintética para un atractivo adicional, conjuntos de pijama con líneas esenciales, lazos o volantes, u opta por corsés atemporales, sujetadores balconet y sensuales braguitas y ligas en materiales femeninos y exquisitos, terminados con glamorosos insertos de encaje y lazos.

Dolores Cortés colabora con la Fundación Le Cadó en la X Marcha Solidaria Contra el Cáncer de Mama "Un Paseo por la Vida"



El domingo 20 de octubre de 2024, se celebrará la X Marcha solidaria contra el cáncer de mama "Un Paseo por la Vida Castelló 2024". Esta décima edición, como todas las anteriores, tiene como objetivo principal recaudar fondos para financiar la investigación del cáncer de mama a través del proyecto Flor de Vida de la Fundación Le Cadó.

Para esta edición tan especial, el evento contará con la colaboración de la prestigiosa diseñadora en el mundo de la moda de baño, Dolores Cortés que ha creado la camiseta conmemorativa para esta ocasión.

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. A small, light-colored tag with the word 'PRIVATA' is visible on the sweater. In the top right corner, there is a blue graphic element with the word 'PRIVATA' in white, bold, serif capital letters.

PRIVATA

WWW.PRIVATA.COM

elPulpo afianza su apuesta por el fútbol gallego anunciando un acuerdo con el Celta de Vigo



La marca gallega elPulpo ha anunciado un acuerdo con el Real Club Celta de Vigo que refuerza, de nuevo, su apoyo al deporte en general y al fútbol gallego en particular. Así, se convierte en la marca oficial de sastrería y ropa lifestyle del club y diseñará los trajes y la ropa casual de viaje para los jugadores del primer equipo, staff técnico y directivos. Este acuerdo tendrá una duración de dos temporadas y se une a otros anteriores como el establecido con el Real Club Deportivo o la Real Federación Española de Fútbol.

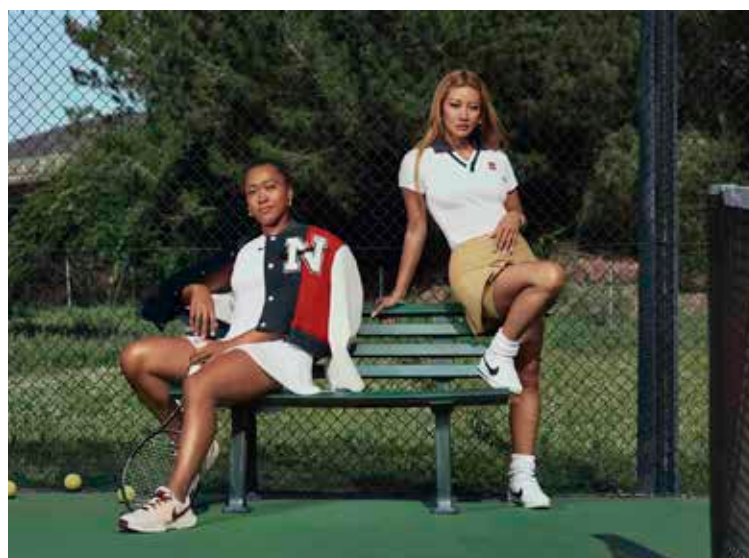
Para Jose Antonio Chacón, Presidente de elPulpo: "Esta alianza con el RC Celta es un reflejo del apoyo de elPulpo al ámbito del fútbol en Galicia y, en este caso, a una entidad con la que compartimos valores, raíces y proyectos de futuro en los ámbitos de la sostenibilidad y la internacionalización, porque ambos somos exportadores de Galicia para el mundo. Para elPulpo es un orgullo caminar de la mano de esta familia celeste cuya tradición e historia están igual de arraigadas que la marca elPulpo a nuestra tierra".

The North Face lanza su nueva colección de otoño Mountain Athletics



La exploración ha evolucionado, las metas han avanzado y las mentalidades han cambiado; la forma de entrenar también ha evolucionado. Esta temporada The North Face ha llevado la colección original Mountain Athletics un paso más allá, pensando en los que entrenan todos los días como parte de su rutina. Se trata de ropa deportiva para llevar a todas partes en sesiones de larga duración.

Naomi Osaka y YoonAhn llevan el estilo y la autoexpresión a la pista de la mano de Nike



El monumental regreso de Naomi Osaka al tenis tiene una repercusión que va mucho más allá de los límites de la pista, y su vuelta crea sin complejos un camino que otros pueden seguir, empoderando a la próxima generación para que se adentre en su poder, y en cada capítulo, con estilo.

Siguiendo el espíritu del verano pionero de Osaka, Nike la ha unido a la diseñadora de moda Yoon Ahn para crear un kit de competición único para su regreso al US Open.

Ellesse celebra su 65º aniversario anunciando las LSR



Ellesse, la reconocida marca italiana de moda deportiva, se adentra en el mundo de la moda de lujo con el primer adelanto de su próximo lanzamiento: las LSR. Diseñadas en Italia, en honor a la dedicación de nuestro fundador Leonardo Servadio a la artesanía, las LSR representan un nuevo diseño de zapatillas elevado, arraigado en los archivos y la rica historia de la marca como un referente de la moda deportiva italiana. Celebrando su 65 aniversario, las LSR combinan la herencia de los sesenta y cinco años de la marca en la moda deportiva con un toque moderno para el armario actual.

Inspirado en los archivos y rediseñado para hoy, el concepto de diseño de las LSR de ellesse se deriva de una de las piezas más icónicas de la marca: la zapatilla LASER. Es evidente cómo esta zapatilla deportiva y elegante sirvió de base para este nuevo diseño moderno inspirado en el legado.

Under Armour nombra a Franck Denglos como vicepresidente comercial para Emea



Under Armour ha anunciado el nombramiento de Franck Denglos como Vicepresidente Comercial para Europa, Oriente Medio y África (EMEA). Con 25 años de experiencia en las industrias del deporte, estilo de vida y moda, Denglos aporta una gran experiencia en la promoción del éxito comercial y el crecimiento estratégico a la compañía.

En este puesto, Denglos supervisará todos los canales de ventas en la región EMEA, incluyendo

mayoristas, distribuidores, ecommerce y retail. Su principal enfoque será acelerar el crecimiento y expandir la presencia de Under Armour en la región.

Denglos se une a Under Armour con una sólida experiencia internacional y multifuncional. Su carrera incluye más de 25 años en adidas, donde recientemente se desempeñó como Presidente de adidas Italia y anteriormente ocupó posiciones como Vicepresidente Global de Estrategia del Grupo SPEED y Vicepresidente Global de Ventas y Director General de Liquidación Internacional/B2B.

Kevin Ross, Vicepresidente Senior y Director General de EMEA, declaró: "Estamos encantados de dar la bienvenida a Franck Denglos como nuestro nuevo Vicepresidente Comercial para EMEA, lo que solidifica aún más nuestro compromiso de atraer talento de clase mundial que impulse nuestro negocio hacia adelante. Con su probada capacidad de liderazgo y su aguda comprensión del panorama de nuestro negocio, estoy seguro de que llevará nuestro éxito comercial al siguiente nivel. Creemos que con líderes excepcionales como Franck al mando, estamos bien posicionados para expandir nuestro impacto en la configuración del futuro de nuestras operaciones en EMEA."

El nombramiento de Franck refuerza aún más la lista de líderes de clase mundial que se han unido recientemente a Under Armour, incluyendo a Yassine Saidi, Director de Producto, y Eric Liedtke, Vicepresidente Ejecutivo de Estrategia de Marca. Esto sigue al enfoque renovado de la marca en la innovación en ropa deportiva, mientras continúa su compromiso de avanzar en el rendimiento de los atletas y ampliar el acceso al deporte para los jóvenes en la región con programas como UA Next London.

Franck Denglos se unió oficialmente a Under Armour el 1 de septiembre y tendrá su sede en la oficina de la organización en Ámsterdam.

Skechers combina sus icónicas D'lites con las exitosas Uno para revolucionar la moda más vanguardista



Por primera vez en sus 30 años de historia, la firma estadounidense ha decidido combinar dos de sus zapatillas más icónicas, las dosmileras D'lites y las incombustibles UNO, para alumbrar una nueva línea de alta costura que promete agitar la nueva temporada con su refrescante aire funky, futurista y absolutamente innovador.

Las nuevas Skechers UNO Chaos no sólo reinventan los inconfundibles estilos de estos dos modelos, sino que alumbran un nuevo concepto que a buen seguro las convertirá en las sneakers deportivas de esta temporada de otoño.

Golden September : el calzado dorado de XTI para brillar en Septiembre

El dorado eleva cualquier estilismo. Es un color que se adapta a todo tipo de looks, desde los más casuales para el día a día, hasta los más elegantes para la noche.



Reef avanza su nueva colección para este otoño



Inspirada en la esencia del surf y el amor por la playa que han definido a REEF desde sus inicios, esta nueva línea ofrece una combinación perfecta de comodidad, estilo y versatilidad para quienes buscan adaptar su calzado al clima propio de los meses otoñales.

Diseñada para adaptarse a cualquier entorno, desde las costas más emblemáticas hasta las calles de la ciudad, la nueva colección ofrece una gama de modelos (Leucadian, Neptune, Otis, Terramar, Swelsole Scallywag y Swelsole Dante) que incluye calzado confeccionados con materiales sostenibles y tecnología de punta.



#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



HeyDude presenta a Sydney Sweeney como su nueva brand ambassador mundial



¿Qué significa ser un Dude? Los que lo saben, lo saben: ser un Dude es una forma de vida. Concretamente, la forma de tu vida. Sentirte cómodo en tus propios zapatos y animar a los demás a hacer lo mismo.

HEYDUDE, la popular marca de calzado y Sydney Sweeney unen sus fuerzas para ilustrar a las masas sobre lo que significa ser un Dude. La marca y la polifacética artista anuncian una asociación mundial a largo plazo y han presentado la nueva campaña de HEYDUDE para crear un movimiento de

Dudes.

En esta campaña, Sweeney se presenta como Directora de Dudes, abriendo el telón para revelar su "verdadero yo" detrás de las cámaras e invita a todos, sin importar quiénes sean, a mostrarse con confianza tal como son.

Sydney Sweeney aparecerá en los contenidos de HEYDUDE y actuará como Brand Ambassador mundial invitando a todo el mundo a sentirse cómodo con sus propios zapatos.

UGG desvela la campaña "Feels like UGG" para otoño-invierno



La marca global de estilo de vida UGG® con sede en el sur de California lanza el próximo capítulo de "Feels Like UGG®". La campaña explora cómo el poder de la expresión individual puede crear inspiración, comunidad y un sentido de conexión global. Grabada en Seúl, Corea del Sur, esta idea cobra vida al capturar a un grupo de creativos dinámicos que evocan la confianza, la comunidad y la innovación que caracterizan a la marca UGG®.

® 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



Campomaggi: back to school



Campomaggi, la firma de bolsos italianos artesanales presenta su nueva colección para la temporada de otoño-invierno 2024-2025. La marca, que apuesta por diseños sin género, orientados por igual a hombres y mujeres vuelve la vista a las tendencias sin dejar de lado algunos de sus elementos clave, como las tachuelas, el trenzado manual del exterior de muchos modelos o el tintado artesanal que proporciona a cada bolso un acabado único.

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



MASCARÓ lanza una sofisticada colección de bolsos que aúna 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.

Vuelta a las aulas con Eastpak: prepárate con estilo y funcionalidad



Tanto si vas al colegio, a la universidad o a la oficina, la última colección de Eastpak te garantiza que estarás bien equipado para el día a día. Los artículos imprescindibles de esta temporada van desde vibrantes mochilas a elegantes accesorios, todos ellos diseñados para hacer tus días más eficientes a la par que a la moda.

STEPPING STRONG
STAMP



WWW.MYSTAMPBAG.COM

Descubre qué joya Majorica te representa según tu mes de nacimiento



Nuestra fecha de nacimiento tiene un gran significado simbólico que marca diferentes aspectos que actualmente están a la orden del día, como los signos zodiacales, las piedras de nacimiento o la numerología.

'Flowercore' o cómo la naturaleza se colará en tu joyero de otoño



La tendencia más viral en joyería pasa por incorporar collares y pendientes con formas florales.

Descubre el nuevo Seiko Presage Craftsmanship con esfera de porcelana Arita



La artesanía de la cerámica y la porcelana japonesas es una de las formas de artes más antiguas de Japón. Su atención al detalle y las sofisticadas técnicas que utilizan contribuyen a crear productos que se caracterizan tanto por su belleza como por su funcionalidad. Así es el nuevo lanzamiento de Seiko, la firma relojera japonesa por excelencia, el Seiko Presage Craftsmanship con esfera de porcelana Arita.

Colección de joyas Swarovski otoño/invierno 2024-2025



La colección de joyería Otoño/Invierno 24/25, una visión magistral del movimiento y el movimiento orgánico, supone un regreso al ADN del diseño de Swarovski.

bisutex

En coincidencia con

intergift
madridjoya
MOMAD



Salón Internacional de la
Bisutería y Complementos.

12-15
Sep

2024

Recinto Ferial
ifema.es



La 12ª Atelier Couture volverá a exhibir lo último en artesanía y moda nupcial, desfiles y exposiciones



Atelier Couture celebrará los próximos 7 y 8 de octubre su 12ª edición en el Palacio de Santoña, sede de la Cámara de Comercio de Madrid, con la propuesta de dieciséis diseñadores a través de desfiles de Costura para moda nupcial, ceremonia, invitada y eventos especiales, y tres exposiciones de alta artesanía. La próxima edición supondrá un hito, ya que marcará casi diez años de dedicación a la promoción de la Costura contemporánea y la alta artesanía española, suponiendo un cierre de ciclo para la Plataforma.

Desfiles:

Jesús Segado, Félix Ramiro, Lucía Cano y Rafael Urquizar de Málaga de Moda, Carmen Alba, Candelas y Felipa, Genoveva Hita, Señorito Ortega y Raquel López impulsados por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, Amaia Artieda, ASN Madrid, Beatriz Antón, Elena Navarro, Lorena Panea, María Baraza y María Diezma.

Exposiciones:

Artesanía Florencia, Franjul, Pepitina Ruiz de Málaga de Moda.
Compromiso con la "artesanía de excelencia"

En su 12ª edición Atelier Couture se prepara para seguir adelante con la mirada puesta en el futuro y el deseo de continuar siendo un referente para el sector de los oficios tradicionales y la Costura contemporánea española. Desde su creación se ha erigido como un espacio fundamental de promoción, dando visibilidad a más de un centenar de creadores consolidados y emergentes, reafirmando su compromiso con la "artesanía de excelencia", la creatividad en la costura y reivindicando la urgencia que tiene la didáctica para despertar vocaciones e impulsar el relevo generacional.

Mucho más que un escaparate de presentación de colecciones, cada edición invita a disfrutar de la experiencia de conocer los secretos que encierran cada uno de los oficios artesanos, mostrando el trabajo que hay detrás de mujeres y hombres diseñadores, modistas, sastres, zapateros, fabricantes de joyas, sombrereros y de muchos más profesionales que trabajan al detalle, donde la creatividad y la habilidad convergen en piezas únicas. Auténticas obras de arte que encarnan el lujo y la distinción.

En su recorrido la Plataforma se ha enfrentado a adversidades, como el parón que supuso la pandemia. Sin embargo, este periodo de desafíos ha servido para fortalecer su misión y reafirmar la importancia que tiene el sector para la economía y la cultura de nuestro país, consolidando a Atelier Couture como un espacio necesario para la industria gracias a la confianza depositada de muchos diseñadores que se han sentido identificados con sus valores y que confían en el apoyo prestado al servicio de la promoción de su trabajo.

RETAIL future: te damos toda la información del contexto para que tomes decisiones informadas



Ya sabemos que en el mundo globalizado actual cualquier acontecimiento puede tener un impacto en la otra parte del mundo. Catástrofes naturales, guerras, situaciones políticas complicadas, cambios legislativos que afectan al comercio internacional, aranceles... pueden provocar bloqueos comerciales o encarecimiento de materias primas con consecuencias en el precio de productos que consumimos habitualmente.

Es importante conocer la situación, el contexto, para tomar decisiones y cambiar de proveedores o de redirigir nuestro mercado objetivo, por ejemplo.

Este año RETAIL future tiene a dos expertos que explicarán el contexto socio-económico y geopolítico, que ayudarán a entender los cambios en los comportamientos de los y las consumidoras, y qué deberían hacer los pequeños negocios para adaptarse.

El profesor José Luis Nueno vuelve a RETAIL future para contar cómo se están comportando los y las consumidoras y los cambios en sus decisiones de compra. Te proponemos una conferencia de apertura vibrante, que te informe y te ayude a conocer mejor qué está pasando con el consumo. Si tienes un pequeño negocio, ¡te interesa!

Como complemento, el analista Pedro Baños aporta su conocimiento geoestratégico para ajustar el contexto y explicar con mayor detalle cómo pueden afectar los diferentes acontecimientos mundiales en el comercio local.

Si aún no te has registrado, este es el momento!

19 de septiembre
Desde las 9:30 h.
CaixaFòrum València

Todavía estás a tiempo para inscribirte en la próxima **SPAINFASHION Lab Australia**

11 NOVIEMBRE 2024, 9:30h (UTC+02:00) a 15 NOVIEMBRE 2024, 18:00h (UTC+02:00)

Exhibiciones no feriales

Exposición Spainfashion Lab - Sidney 2024

INSCRIPCIONES

Plazo de inscripción	10/07/2024 a 20/09/2024
Modalidad	Presencial
Ciudad	Melbourne y Sidney
País	Australia
Precio desde	2000,00 €
IVA inscripciones	10 %
Inscripciones disponibles	15

SPAINFASHION Lab Australia es la principal plataforma para posicionar a las marcas españolas de moda en el mercado australiano. Ven y presenta tus colecciones de calzado, moda o complementos en esta exposición comercial exclusiva que organizamos en Sidney.

Por qué no puedes faltar a SPAINFASHION Lab Australia

Te posicionarás en Australia, un mercado de calzado, moda y complementos con cada vez más demanda de productos españoles.

Por ejemplo, las importaciones de calzado español aumentaron más de un 15% interanual en 2023.

Estarás cara a cara con tus potenciales clientes. Contactamos con compradores, distribuidores, importadores y prescriptores australianos especialmente interesados en moda, calzado y complementos españoles para que asistan a tu exposición.

Aumentarás la reputación de tu empresa en Australia, al exponer tus colecciones

de calzado, moda y complementos bajo el paraguas de la marca España.

INSCRIPCIONES

Moda en Australia 2024
Calzado en Australia 2024
ICEX - Convocatoria SPAINFASHION LAB
Sídney 13-15 Noviembre 2024
Adenda Exposición Spainfashion Lab - Sidney 2024

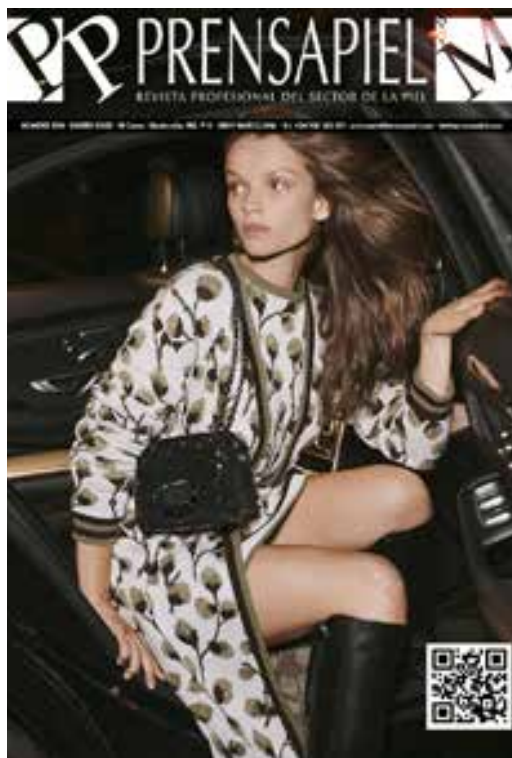
Satoshi Kuwata y su marca **SETCHU**, será el Diseñador Invitado de Pitti Immagine Uomo n.107



Satoshi Kuwata, fundador y director creativo de SETCHU, será el Diseñador Invitado de la próxima edición de Pitti Immagine Uomo n.107 (Florencia, 14-17 de enero de 2025). Para la ocasión, el ganador de la Beca CNMI Fashion Trust 2023 para diseñadores independientes y del Premio LVMH para Jóvenes Diseñadores de Moda 2023 celebrará su primer desfile en Florencia, en un espacio que se anunciará próximamente.

«A lo largo de los años, para el programa de Pitti Uomo -afirma Lapo Cianchi, director de comunicación y eventos de Pitti Immagine- nos hemos apasionado por la investigación de los grandes maestros e innovadores de la moda japonesa. Hoy seguimos conociendo y promoviendo a la nueva generación de diseñadores que proponen una visión original de la moda masculina, en los territorios fronterizos entre el arte, la moda y la alta costura. Por esta razón, era una elección natural celebrar, en enero, el trabajo de Satoshi Kuwata. En japonés, el nombre SETCHU define un punto equidistante entre la cultura japonesa y la occidental: mundos diferentes que Kuwata pone uno al lado del otro y estimula el diálogo con un eclecticismo tenaz en nombre de lo contemporáneo. Estoy seguro de que el evento concebido para el próximo Pitti Uomo también representará una interesante novedad con respecto a las presentaciones anteriores».

«Me siento honrado y emocionado de presentar el primer desfile de SETCHU en Pitti Uomo el próximo mes de enero. Estoy deseando desplegar mi colección y compartirla con un público tan entendido. Trabajaré sobre los conceptos de versatilidad, atemporalidad, artesanía y funcionalidad que tanto significan para mí para crear algo verdaderamente especial, y aunque queda mucho por hacer, estoy impaciente por estar allí dentro de unos meses. Estoy profundamente agradecido a todos en Pitti Immagine por esta oportunidad». - Satoshi Kuwata



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:

