

PUNTO

MODA

NÚMERO 363 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

Ternua se alía con la firma de jeans más sostenible del mundo para lanzar los Mud Lake Pants

Ricard Penas, reelegido presidente del Col·legi Oficial d'Agents Comercials de Barcelona



ENCUENTRANOS EN



MOMAD

Salón Internacional de Moda, Calzado y Accesorios

En coincidencia con
intergift
bisutex
madridjoya



La moda que viene empieza aquí.
Descubre las nuevas colecciones y tendencias.

07-09
Feb

2025
Recinto Ferial
ifema.es





Nuestra Portada:
UGG

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

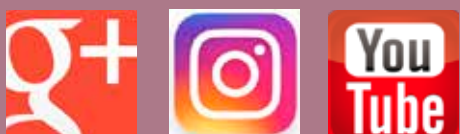
ISSN 2564-8993

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



PUNTO MODA

tym
textil y moda



Ricard Penas, reelegido presidente del Col·legi Oficial d'Agents Comercials de Barcelona



La candidatura de Ricard Penas ha recibido un amplio apoyo por parte de los colegiados, quienes han renovado su confianza en el trabajo que inició en 2020. Con una sólida trayectoria en el sector de la marroquinería, Penas comenzó su carrera comercial en los años 80 y se unió al colegio en los 90. Desde 2008 ha desempeñado diversos cargos en la junta del COACB, entre ellos el de vicepresidente entre 2015 y 2020, y desde entonces ha liderado la institución como presidente. Ahora continuará representando la profesión hasta 2028, comprometido con la defensa de los intereses del colectivo.

Un equipo comprometido para el nuevo mandato

Ricard Penas estará al frente del mismo equipo de gobierno, compuesto por la vicepresidenta Carme Ferran y los vocales César Santamaría, Miquel Guàrdia, Luca Chiesa, Àlex Galícia, Ingrid Lens, Xavier Navarro y Esther Rey.

En declaraciones tras su reelección, Penas expresó: "Este nuevo mandato no solo representa la continuidad de lo que hemos construido, sino también una oportunidad para trazar nuevos objetivos."

Objetivos estratégicos del mandato 2024-2028

Durante los próximos cuatro años, el COACB centrará su labor en los siguientes ejes estratégicos:

- 1. Internacionalización de la profesión**
Continuar abriendo nuevos mercados y oportunidades para los agentes comerciales, fomentando la proyección global del colectivo.
 - 2. Innovación y sostenibilidad**
Promover prácticas que permitan a los profesionales adaptarse a un entorno dinámico y comprometido con la sostenibilidad, incorporando tecnologías y métodos respetuosos con el medio ambiente.
 - 3. Formación y digitalización**
Impulsar programas de formación continua que respondan a las necesidades del sector y fomentar la digitalización de la profesión, mediante herramientas y servicios que faciliten las gestiones en línea.
 - 4. Reforzar el papel del COACB como lobby**
Consolidar la representación del sector a nivel local, nacional e internacional, facilitando el intercambio de experiencias, el networking y la participación activa en ferias y salones profesionales.
- Compromiso con el futuro del sector**

El equipo directivo reafirma su dedicación a fortalecer el sector comercial, en colaboración con entidades e instituciones, con el objetivo de potenciar el crecimiento y la relevancia del colectivo en un contexto globalizado y competitivo.

La empresa zaragozana Basketball Emotion gana la Palma de Oro en Cannes



Basketball Emotion, con sede en Zaragoza, ha ganado el prestigioso "Best New Retail Brand" en los MAPIC Awards 2024 celebrados en Cannes, superando a más de cien candidatos de toda Europa. Un galardón reconocido que premia a las marcas de retail nuevas lanzadas en los últimos tres años que demuestran excepcional originalidad, creatividad e innovación en sus conceptos, productos y experiencias para el cliente. Basketball Emotion fue elegida por su enfoque dinámico e inmersivo en el sector del retail de baloncesto, destacándose entre los competidores globales.

Martinelli elige Sevilla para inaugurar su segunda flagship y continuar con su expansión en España



Martinelli ha escogido la ciudad de Sevilla para inaugurar su segunda tienda propia donde vivir la experiencia completa del universo de la marca líder del "New Elegance", y conquistar el corazón de la capital de Andalucía.

Tras el éxito de su primer espacio en Madrid, abierto a principios de 2023 y convertido en muy poco tiempo en visita obligada de shopping en el Barrio de Salamanca, la firma española ha dado un paso de gigante al lanzarse a inaugurar su segunda tienda propia a orillas del Guadalquivir.

Noos Noos se convierte en una tienda online de referencia en moda inclusiva



Noos Noos ofrece una gran y variada selección de moda diseñada para mujeres que buscan tallas grandes. Blusas, pantalones, vestidos y mucho más es lo que podrás encontrar en la tienda online de Noos Noos, siempre con propuestas sofisticadas e inclusivas para satisfacer las necesidades y preferencias de un público diverso y exigente.

Celio llega al centro comercial La Gavia, llevando su concepto «be normal» a Madrid



Celio, la marca de moda diseñada para vestir a los hombres en la vida cotidiana, ha inaugurado su nueva tienda en el Centro Comercial La Gavia de Madrid. Uno de los mayores espacios comerciales de la Comunidad de Madrid, en el que están presentes más de 127 firmas de moda, 26 de ellas de ropa masculina a las que se une la compañía francesa.

American Vintage abre su decimocuarta tienda en París



American Vintage aterriza en París de nuevo, esta vez en el corazón de Marais, en el 3er distrito, icon un nuevo espacio dedicado a la moda masculina! La tienda cuenta con un bar denim que mezcla colores y materiales naturales. Un guiño al Mediterráneo, sus orígenes y materiales ecológicos utilizados por la marca marselesa.

La tienda de 60 m2 cuenta con dos pantallas donde se proyectan los mejores vídeos e imágenes de la marca.

Carles Portavella se incorpora a Sepiia como director comercial y de expansión de negocio



La firma de moda inteligente y sostenible Sepiia avanza hacia la consolidación con la incorporación de Carles Portavella como Director Comercial y de Expansión de Negocio, un puesto en el que se va a responsabilizar del canal wholesale, en que se incluye la distribución en grandes almacenes, de los acuerdos y colaboraciones que realiza la firma con otras marcas y de la división B2B de Sepiia.

Entre los principales retos que va a asumir en Sepiia se encuentra el de la internacionalización de la marca, para llegar a nuevos mercados, pero también a nuevos canales de distribución, tanto para la colección de hombre como de mujer.

Portavella ha trabajado para Compañía Fantástica, donde lideró la apertura de países como Alemania, Holanda, Bélgica y áreas de EEUU; Desigual, donde asumió la dirección de todos los canales de distribución del centro y norte de Europa; fue director comercial de Burberry y, antes, ejerció la dirección comercial de España y Portugal de Naf Naf y Yanko. También fue director comercial de Armand Basi.

“Para Sepiia, incorporar talento con tanta experiencia en el sector supone un gran salto en la profesionalización de la compañía. Carles nos va a ayudar a consolidar la marca a nivel nacional y a expandirla en nuevos canales comerciales e internacionales. Va a aportar su experiencia multicanal a una startup como Sepiia y nos va a ayudar con su visión estratégica a definir el plan de la compañía”, asegura Federico Sainz de Robles, CEO de Sepiia.

Además de llegar a nuevos mercados, Sepiia mantiene el objetivo y su apuesta por la innovación. La firma va a continuar trabajando en la mejora y lanzamiento de nuevos tejidos inteligentes que permitan que sus prendas hagan el día a día de sus clientes más fácil, siempre de un modo sostenible.

Jorge Redondo y Redondo Brand hacen historia en el Teatro Colón de Buenos Aires con un desfile de costura sin precedentes



El icónico Teatro Colón, uno de los espacios culturales más importantes y prestigiosos del mundo, abrió sus puertas por primera vez a un diseñador español, convirtiéndose en el escenario de una cita histórica para la moda internacional.

El desfile presentó una fascinante retrospectiva de 50 vestidos, que incluía una cuidada selección de piezas icónicas de la historia de la firma junto con diseños inéditos creados exclusivamente para la ocasión. Con un despliegue de elegancia y creatividad, las creaciones de Jorge Redondo deslumbraron por su impecable fusión de tradición y modernidad, evidenciando el sello característico de la firma: la sofisticación y el eclecticismo que han enamorado a mujeres de todo el mundo.

La mágica noche en el Teatro Colón no solo estuvo marcada por el arte y la moda, sino también por la presencia de las principales personalidades de la alta sociedad argentina.

Ternua se alía con la firma de jeans más sostenible del mundo para lanzar los Mud Lake Pants



Ternua, la marca española de outdoor que produce de forma respetuosa con el medio ambiente desde 1994, se ha aliado con Mud Jeans, la empresa holandesa referente en circularidad en el sector del denim, para lanzar unos pantalones vaqueros de lo más sostenibles. Fabricados a partir de jeans reciclados y algodón orgánico, destacan por su comodidad. Gracias a su regular fit, no son ni demasiado ajustados ni demasiado sueltos.

Están confeccionados en un denim elástico 75% algodón orgánico, 23% algodón reciclado posconsumo y un 2% elastano, un tejido de alta calidad y confortable, lo que los hace perfectos para un look casual urbano. Además, tienen un toque desgastado natural resultado de la mezcla de ozono y bioenzimas.

Mud Jeans es la primera firma de jeans circular del mundo, es decir, elabora sus productos con materiales reciclados y, al final de su vida útil, sus jeans pueden ser reciclados al 100%.

'Guidance': la nueva colección Our Brand inspira una conexión entre moda y misticismo



La firma portuguesa Our Brand presenta su colección AW24 'Guidance', un homenaje a la fascinante simbología de las cartas arcanas del tarot. Esta línea se inspira en la riqueza histórica y artística de los 22 Arcanos Mayores, de los cuales nueve se han materializado en diseños únicos. Cada pieza captura la esencia arquetípica de las cartas seleccionadas, combinando misticismo y sofisticación para ofrecer una propuesta de moda con un toque de espiritualidad.

Descubre la colección de moda nupcial del diseñador valenciano Alex Vidal



Actualmente Alejandro Vidal, tercera generación, sigue los pasos de su abuelo y su padre como diseñador y CEO al frente de la marca de moda nupcial. Desde su atelier trabajan cada prenda con mimo y cariño para que las novias puedan lucir el vestido de sus sueños en uno de los días más especiales e importantes de sus vidas.

Desigual Presenta BTS Party Collection: la magia real está detrás de cámaras



Desigual presenta su nueva colección para la época festiva: BTS Party Collection. Esta colección única invita a adentrarte en el corazón del proceso creativo, donde cada prenda cuenta una historia y cada detalle está cuidadosamente elaborado a la perfección. Detrás de cámaras es donde la magia realmente ocurre.

Cada pieza de la colección es una representación visual de la energía vibrante y el espíritu ecléctico por los que Desigual es conocido, combinando texturas, estampados, volúmenes y accesorios para crear los looks perfectos para las fiestas, permitiéndote sentirte tan segura, alegre e irreverente como nunca.

GTC Lleva la Innovación Textil Coreana a la Expo Textil Barcelona 2025

La esperada Expo Textil Barcelona 2025 será el escenario de una impresionante muestra de innovación textil global, y este año, Corea está preparada para destacar. El Centro de Marketing Textil de Gyeonggi (GTC), subsidiaria de GBSA (Gyeonggi Business and Science Accelerator), liderará la participación coreana, mostrando el equilibrio entre tradición, tecnología avanzada y sostenibilidad que caracteriza a su industria textil.



La industria textil coreana: una fusión de tradición e innovación

Durante años, Corea ha combinado su rica artesanía tradicional con tecnología de vanguardia y prácticas sostenibles, desarrollando textiles inteligentes, tejidos ecológicos y materiales de alto rendimiento que responden a las demandas de los mercados actuales.



GTC: Liderando la expansión global

Con oficinas en Los Ángeles y Nueva York, GTC ha sido un puente clave para los textiles coreanos en Norteamérica. Ahora, su mirada está en España, buscando agentes locales y alianzas estratégicas para facilitar la entrada de empresas coreanas al mercado español.

10 Empresas Coreanas en el Escenario Europeo

En la expo, GTC presentará a 10 empresas líderes en innovación textil. Desde textiles sostenibles hasta tejidos inteligentes, estas empresas reflejan lo mejor de Corea. Además, en colaboración con How2Go, GTC organizará un Programa de Emparejamiento 1:1 con compradores textiles españoles, abriendo nuevas oportunidades comerciales.

Únete a GTC en la Expo Textil Barcelona 2025

Descubre las últimas innovaciones textiles coreanas en el stand de GTC y participa en el Programa de Emparejamiento para explorar colaboraciones. Marca la fecha en tu calendario y acompáñanos en este evento único, donde sostenibilidad, tecnología y tradición se unen para dar forma al futuro del textil. ¡Te esperamos en el Booth E-18-1!



Descubre cómo Corea revoluciona el mundo textil

La facturación por venta minorista de perfumería y cosmética superó los 10.400 millones de euros en 2023



La empresa de perfumería Fragrance Science se instala en el polígono Can Parera de Castellolí



Según el Observatorio Sectorial DBK de INFORMA (filial de Cesce), líder en el suministro de Información Comercial, Financiera, Sectorial y de Marketing en España y Portugal, las ventas minoristas de perfumería y cosmética alcanzaron los 10.404 millones de euros en 2023, lo que supuso un crecimiento ligeramente superior al 12% respecto al año anterior, en el que la variación fue del 11%.

El buen comportamiento del gasto de las familias en productos de consumo y la tendencia alcista de los precios fueron los principales factores determinantes del dinamismo del valor del mercado en el último bienio.

El segmento de gran consumo concentró la mayor parte de la facturación sectorial en 2023, un 47,6%, con un aumento del 14,2%. A continuación, las ventas en la gama selectiva se incrementaron un 12,1% en ese año, hasta reunir el 21,0% del total.

El canal de farmacia creció un 12,0% en 2023, aportando el 19,4% del volumen de negocio, mientras que los establecimientos de peluquería profesional canalizaron un 4,3% y el canal online puro un 3,9%. Cabe destacar la favorable evolución experimentada por el canal de venta directa (puerta a puerta, catálogo y actividad online de tiendas físicas), el cual reunió el 2,4% del total en ese año.

Los segmentos de cuidado de la piel y aseo e higiene concentran la mayor parte del valor del mercado, reuniendo porcentajes respectivos del 33% y 21% del total, seguidos del área de perfumes y fragancias, con el 19%, cuidado del cabello (17%) y cosmética de color (10%).

Las ventas minoristas de artículos de perfumería y cosmética prolongarán su tendencia al alza a corto y medio plazo, favorecidas por el crecimiento del consumo privado y la creciente preocupación de la población por el cuidado de su salud y su imagen. No obstante, se espera que el mercado ralentice su ritmo de crecimiento, cerrando 2024 con un aumento algo inferior al 6%.

Frente a la tendencia de expansión de las grandes cadenas de perfumería y cosmética, el número de pequeñas perfumerías tradicionales evoluciona a la baja, al encontrarse con significativas dificultades para competir con los líderes del mercado. Esta circunstancia ha impulsado el grado de concentración del negocio, de manera que los cinco primeros operadores reunieron en 2023 una cuota de mercado conjunta del 42%.

Fuente: Observatorio Sectorial DBK de INFORMA
Estudio Sectores "Distribución de Perfumería y Cosmética"

La empresa catalana del sector de la perfumería Fragrance Science inició el pasado mes de noviembre la construcción de unas nuevas instalaciones en el sector industrial de Can Parera, en Castellolí. Actualmente, la empresa tiene su sede en Olesa de Montserrat y prevé trasladarse a Castellolí a finales del próximo año. La nueva sede, ubicada en la comarca de Anoia, permitirá a la empresa ampliar su plantilla de 170 trabajadores actuales a unos 250 y desarrollar su actividad en unas instalaciones más modernas y amplias.

El terreno seleccionado, adquirido a través de la empresa especializada en proyectos industriales y servicios de ingeniería Grup Engind, consiste en varias parcelas con una superficie total de 20.000 m², situadas frente a la fábrica Doga Parts SL, en el polígono Can Parera.

La empresa fue fundada en 2004 por Toni Cabal, tras dos décadas de experiencia como perfumista y director técnico, Fragrance Science es líder en la creación de fragancias para productos de cuidado personal, ropa, hogar y perfumería fina. Con una trayectoria consolidada en mercados como Oriente Medio y África, la empresa exporta actualmente a 44 países, 38 de ellos fuera de la Unión Europea. Este año, la empresa prevé facturar entre 42 y 45 millones de euros.

Isolée consolida su presencia en Portugal bajo el logo Skinlife e inaugura su primer espacio en El Corte Inglés de Lisboa



El grupo español Isolée continúa fortaleciendo su expansión internacional con la inauguración de su primer espacio en El Corte Inglés de Lisboa bajo la marca Skinlife, adquirida en abril de 2024. Esta apertura, que marca el cuarto punto de venta de Skinlife en Portugal y el tercero en la capital lusa, representa un hito significativo al albergar además el espacio más grande de la firma Maison Francis Kurkdjian en Portugal. Este logro subraya la estrategia de crecimiento del grupo en el mercado de la perfumería y cosmética nicho en la península ibérica, consolidándose como un referente en lujo y exclusividad.

Desde la compra de Skinlife, reconocida por su enfoque en productos de lujo y cosmética de alta gama, Isolée ha demostrado una notable capacidad para integrar la marca portuguesa en su modelo de negocio. Con una estrategia que combina exclusividad y diseño, la compañía ha logrado en apenas siete meses inaugurar dos nuevos puntos de venta en Lisboa y otro en Oporto, además del recién estrenado espacio en El Corte Inglés de la capital.

La decisión de expandirse bajo el logo de Skinlife en Portugal no solo refuerza la identidad de la marca como referente en perfumería nicho, sino que también posiciona a Isolée como un actor clave en este segmento. Esta nueva apertura en El Corte Inglés supone un paso importante en su estrategia de diversificación y alcance, sumándose a los 9 espacios que la firma ya tiene en estos grandes almacenes en España.

Revlon Professional anuncia a Aitana Bonmatí como nueva embajadora global de su tratamiento todo en uno UniqOne

Aitana se convierte así en la primera embajadora de la marca UniqOne™ con la que se ha trabajado mano a mano en el desarrollo de una edición limitada que verá la luz en enero de 2025. Esta colaboración se basa en valores compartidos por Revlon Professional, UniqOne™ y Aitana: inspirar y empoderar a mujeres y niñas a nivel mundial a descubrir quiénes son, identificar sus fortalezas y utilizarlas para alcanzar el éxito con esfuerzo y dedicación. "Lo que más me apasiona de este rol es poder representar un producto que, al igual que en el deporte, busca siempre la excelencia" dijo Bonmatí.

En palabras del Presidente Internacional de Revlon, Charles Waters: "Aitana representa la dedicación y autenticidad que son el corazón de nuestra marca. Su espíritu incansable y su talento, tanto dentro como fuera del campo, inspiran a mujeres y niñas de todo el mundo. Estos valores, que también definen a UniqOne™, se reflejan en su visión, compromiso y trayectoria, demostrando que la grandeza se alcanza siendo fiel a uno mismo y trabajando con pasión. Cualidades que nos sentimos orgullosos de compartir y de amplificar a través de esta colaboración."

UniqOne™ es un tratamiento sin aclarado con 10 beneficios reales para reparar, proteger y acondicionar el cabello seco y dañado. Es un fenómeno viral que acumula más de 80.000 reseñas y una calificación destacada de 4,5 sobre 5 en Amazon, consolidándose como uno de los productos más valorados por las consumidoras y líder en su categoría.



Nueva colección de homewear «Smart Thermal» de Triumph



La colección AW24 de la marca incluye una diversidad de tejidos diseñados para mejorar la sensación de bienestar de las mujeres y elevar sus rutinas diarias, tanto dentro como fuera de casa. Desde tejidos con vitaminas hasta algodones transpirables y materiales de Tencel Modal de suavidad mantecosa que pueden superponerse para crear un efecto envolvente y acogedor a la vez que elegante.

La línea Lift Smart de Triumph incorpora su bustier de encaje ultraligero, diseñado para ser visto

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 un soporte sin igual, diseñado en un estilo de bustier llamativo diseñado para ser visto.

La marca sigue redefiniendo la comodidad, la belleza y la alegría de las mujeres a través de su gama de lencería de diseño excepcional.

La innovación que se adapta a todos los cuerpos combina lencería con tecnología de vanguardia y cortes de tendencia con estilos actuales y colores de temporada.



Crys Dyaz presenta su nueva línea de calcetines deportivos



Crys Dyaz es la embajadora de la motivación. Ella es un chute de energía y así tenían que ser sus calcetines. Por eso, Crys junto a Jungles Socks presenta nuevos modelos de calcetines con las frases que la entrenadora lleva por bandera con los que también irás a la última, reeditando un best seller.

Disfruta de estilo y calidez: con sloggi EVER Ease



EVER Ease se adapta de manera dinámica a la temperatura de tu cuerpo para que disfrutes del máximo confort en todo momento. Cuando tu cuerpo aumenta de temperatura, el tejido se activa para enfriarlo; y viceversa. En serio, ¡es como por arte de magia! Prepárate para sentir el confort como nunca antes.

EL ALGODÓN EUROPEO ES UN PRODUCTO DE CALIDAD Y SOSTENIBLE

Europa diseña un futuro sostenible

CON ALGODÓN EUROPEO



eucotton.eu

 [eu_cotton](#)

 [EU Cotton](#)

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o de la Agencia Ejecutiva Europea de Investigación (REA). Ni la Unión Europea ni la autoridad otorgante pueden ser considerados responsables de ellos.



Cofinanciado por
la Unión Europea

LA UNIÓN EUROPEA RESPALDA
LAS CAMPAÑAS QUE PROMUEVEN
LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



Elisabetta Franchi presenta la colección Chalet de glamurosos conjuntos de esquí y après-ski



Elisabetta Franchi presenta Chalet, una colección cápsula de prendas de esquí y après-ski pensada para la mujer contemporánea y femenina.

En la gama de alto rendimiento, la colección ofrece prendas de esquí que equilibran la tecnología con diseños atemporales, confeccionadas con un tejido técnico de tres capas con costuras termosoldadas, cremalleras impermeables, puños cortavientos y un acolchado de alta tecnología que garantiza la transpirabilidad para rendir al máximo en las pistas.

El conjunto de chaqueta y pantalón de esquí con estampado brillante negro sobre negro de la inscripción Elisabetta Franchi es ideal para actividades deportivas en las pistas, desde el esquí hasta el snowboard. La chaqueta tiene una capucha desmontable y una silueta de reloj de arena acentuada por un cinturón de punto. El conjunto cuenta con varios bolsillos funcionales que garantizan una cómoda estancia en la nieve.

La línea se complementa con una gama de accesorios que encarnan la esencia del atuendo sofisticado de montaña. Entre ellos se incluyen gafas de esquí con lentes reflectantes y oscuras adaptadas a diferentes condiciones de luz, guantes con estampado EF, así como accesorios para la cabeza acogedores y frescos, como el gorro de imitación de piel de oveja con el logotipo de Chalet bordado, el gorro de cachemira regenerada y el gorro de cazador.

Triaction de Triumph, sujeción extrema para entrenamientos de alta intensidad y con tejidos de secado rápido



Diseñados con precisión para ofrecer un control óptimo del rebote en tonos de temporada que quedan bien tanto en la calle como en el gym.

Todos los sujetadores deportivos de Triumph están desarrollados con el mejor control de rebote y han sido probados por expertos de la Universidad de Portsmouth, otorgando un 65%-70% como valores de control del rebote. Estos porcentajes los ha asignado a cada sujetador deportivo el Grupo de Investigación en Salud Mamaria de la Universidad de Portsmouth tras llevar a cabo estrictas pruebas.

Puma camufla las Mostro para su nuevo lanzamiento



Las nuevas Mostro se presentan en dos nuevos colorways con esquemas de camuflaje woodland: el primero en tonos monocromáticos de blanco y negro y el segundo con matices terrosos de verde y marrón. Esta edición de las Mostro también se completa con una Formstrip de ante premium aportando un toque de estilo al diseño técnico de estas bambas de corte bajo.

Columbia Sportswear presenta su colección más grande inspirada en Star Wars™: Vader™ Collection



Columbia Sportswear ha revelado la línea completa de productos de The Vader™ Collection, una edición especial creada en colaboración con Lucasfilm e inspirada en el legendario villano de Star Wars™, Darth Vader. Esta es la mayor colección de Columbia inspirada en Star Wars™, combinando elementos de diseño característicos de Darth Vader con el rendimiento y la durabilidad que definen a la marca.

EA SPORTS FC presenta la edición especial de la bota New Balance Irmão Tekela de Endrick para EA SPORTS FC 25, en homenaje a su ciudad natal

La edición especial de las botas New Balance 'Irmão' Tekela Pro FG V4+ del atleta de GEN/EA SPORTS y estrella emergente, Endrick, ya están disponibles para jugar en EA SPORTS FC 25 antes de su debut en el terreno de juego.

Las botas de Endrick estarán en todos los modos de juego, y disponible en el inventario de los clubes en FC 25, para que los jugadores las usen con su avatar creado a medida. Además de las botas, New Balance ha creado una colección de cosméticos del juego inspirada en 'Irmão', que incluye una equipación exclusiva para dispositivos digitales, una temática para el estadio y un neceser, todo ello disponible en el modo de juego Ultimate Team™ en FC 25.

«Irmão», que en portugués significa "hermano", es una palabra clave utilizada en el himno oficial de Valparaíso de Goiás, la ciudad natal de Endrick. El diseño, la gráfica y los colores se inspiran en la bandera y el paisaje de la ciudad brasileña.



SKIMS y The North Face colaboran juntos en una edición limitada



La colección de edición limitada está diseñada con la comodidad y la funcionalidad como elementos principales. La colaboración se basa en propuestas de creaciones icónicas de The North Face, que han sido actualizados con los elementos característicos del diseño de SKIMS: siluetas favorecedoras que se ajustan al cuerpo.

Las capas interiores de SKIMS, presentan un diseño ajustado y compresivo que se combina a la perfección con la ropa exterior de The North Face, realzando las curvas naturales del cuerpo. Este concepto, que resalta la silueta, es una característica distintiva de SKIMS, presente en todas sus colecciones, desde sujetadores hasta ropa de descanso.

GUESS presenta el primer desfile de altura del mundo en Glacier 3000

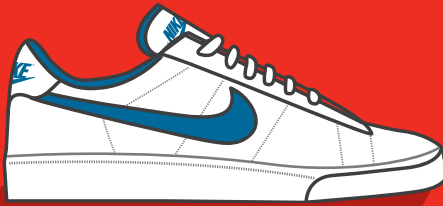


Para celebrar el lanzamiento de la colección Winter Ski Capsule de GUESS y la segunda edición del GUESS Winter Project, la marca se fue a las alturas, dando el pistoletazo de salida a la nueva temporada con un estilo espectacular, mostrando la gama de moda y estilo de vida de la marca en prestigiosos destinos invernales de los Alpes europeos.

El desfile contó con más de 20 modelos, que se deslizaron por el legendario Peak Walk con una mezcla contemporánea de ropa y accesorios de esquí de alto rendimiento, así como una selecta gama de prendas de abrigo y de piel sintética FW, todo ello impregnado de ese toque especial de glamour característico de GUESS.



ESPECIALISTAS EN ZAPATILLAS URBANAS



Foot on Mars
sneaker store



@FootOnMars



www.footonmars.com

Inescop expone en CONAMA sus soluciones en sostenibilidad



La edición 2024 del Congreso Nacional del Medioambiente (CONAMA) vuelve a contar con la participación de Inescop. Este foro de intercambio y difusión en sostenibilidad y economía circular se articula en nueve ejes temáticos que abarcan: Energía y cambio climático; Movilidad; Renovación urbana; Desarrollo Rural; Biodiversidad; Agua; Calidad ambiental; Residuos; Economía y sociedad.

Inescop presenta en CONAMA sus últimos avances en materia de sostenibilidad con 5 soluciones técnicas para afrontar diferentes retos industriales en áreas como el reciclaje o la valorización de residuos. Personal investigador de los departamentos de Materiales y Tecnologías Avanzadas y Medioambiente, presentan en el congreso los pósteres con los resultados alcanzados en campos como la biotecnología, la producción de materiales avanzados, la valorización de residuos o el cálculo del índice de durabilidad en calzado.

La investigación llevada a cabo en el proyecto HOR-Eco busca desarrollar

técnicas de adecuación para el reciclaje de residuos generados por el sector del turismo en la Comunidad Valenciana. Esta iniciativa trabaja en la adaptación de tecnologías de reciclaje que propicien una gestión más eficiente de los residuos multicomposición generados por la industria HORECA, compuesta por hoteles, restaurantes y cafeterías.

Los residuos producidos por industrias alimentarias como la acuicultura también encuentran una solución disruptiva que permite mejorar la competitividad de las empresas mediante la simbiosis industrial. Este es el objetivo de BIVALVOS, un proyecto que trabaja en el desarrollo de procesos sostenibles de valorización de residuos procedentes de moluscos bivalvos como los mejillones, para su transformación en bioestimulantes agrícolas, snacks o soportes plásticos y cerámicos.

Otro reto importante como es la implementación de modelos de producción circulares en el sector del calzado, está siendo investigado por el proyecto eCO2Dur,

a través de la durabilidad de los productos. Esta investigación trabaja para generar una metodología estandarizada que evalúe el período de vida del calzado en relación a los materiales y procesos empleados durante su fabricación, gracias a lo cual se puede mejorar el cálculo de la huella de carbono y la evaluación del impacto ambiental del producto.

Gestionar de forma eficiente el tratamiento de los residuos generados en cualquier sector industrial es un deber y una obligación que también debe cumplir el sector agrícola. En este objetivo trabaja BioTECH-RICE, un proyecto dirigido a la revalorización de la paja del arroz, un residuo que históricamente ha sido incinerado, mediante el cual se están desarrollando subproductos para sectores industriales externos como la cosmética y el calzado.

Otro de los retos que afronta la industria del calzado es el reciclaje y recuperación de materiales comunes en sus cadenas de producción, como son los plásticos.

11/14 January 2025
Riva del Garda • Italy

102[•] exporivaschuh
& gardabags
E D I T I O N the fair that moves the world



Where things happen.

Come where the action is, spot the best business deals, and build lasting connections.
Reserve your place in January and come discover how, over 2025,
Gardabags will transform itself.

Organised by



In cooperation with



RIVA DEL GARDA
EXHIBITION CENTER
INFO@EXPORIVASCHUH.IT
(+39) 0464 570153



SCAN THE CODE AND
VISIT OUR WEBSITE!
EXPORIVASCHUH.IT



#exporivaschuh #gardabags

Geox presenta su nueva colección con Disney SS25



Asegurando una sensación de bienestar y facilidad de movimiento, están diseñados y contruidos para apoyar a los niños a través de todas las etapas de crecimiento, utilizando materiales seleccionados que adoptan una estética colorida y vibrante, perfecta para las aventuras diarias.

La colección DISNEY|GEOX cuenta ahora con nuevos y fantásticos diseños protagonizados por las princesas Disney favoritas de los niños: Ariel, Elsa y Cenicienta.

Estas zapatillas presentan una estética deportiva con una suela impermeable y transpirable. Los más pequeños se enamorarán de ellas

por su parte superior visualmente impactante con estampados de Princesas Disney y parches en 3D inspirados en sus mundos mágicos. Disponibles en color blanco combinado con verde, rosa o azul a elegir, están confeccionadas en tela con efecto piel y cuentan con una suela con luces incorporadas que aportan un toque de magia a cada look.

Programa de Fidelización

Durante el mes de diciembre, los clientes de GEOX registrados en el programa de fidelización Benefeet en España tendrán la oportunidad de participar en un concurso que ofrece una estancia de 3 días en Disneyland París para una familia de 4 personas.

IMPT x Camper: Una alianza transformadora que redefine el consumo responsable



En un momento clave donde las decisiones de consumo tienen un impacto directo en el medio ambiente, IMPT y Camper han unido fuerzas en una colaboración estratégica que promete transformar la forma en que las personas compran y contribuyen al planeta. IMPT, reconocida por su innovadora plataforma que convierte compras cotidianas en acciones sostenibles, se asocia con Camper, marca de moda icónica que busca un gran cambio hacia prácticas más responsables en el sector.

IMPT se ha posicionado como la compañía líder en la promoción de un consumo más consciente gracias a su ecosistema basado en blockchain. La plataforma permite a los usuarios acumular créditos de carbono a través de sus compras habituales, colaborando con más de 10.000 conocidas marcas globales. Estos créditos pueden utilizarse para apoyar todo tipo de proyectos relacionados con la reforestación, la preservación de ecosistemas y el desarrollo de energías renovables.

Con una trayectoria de más de 40 años, Camper, marca originaria de Mallorca, ha demostrado que la moda puede ser sinónimo de durabilidad y responsabilidad. Desde hace años, la compañía implementa todo tipo de iniciativas, como sus programas de reparación para extender la vida útil de sus productos, con el objetivo de minimizar el desperdicio y promover un consumo más consciente. En este compromiso constante con la sostenibilidad, Camper se ha fijado la meta de eliminar el uso de plásticos vírgenes en todas sus colecciones para 2025 con el objetivo de reducir su impacto ambiental.

Jimmy Choo presenta su colección spring 2025



Con una visión renovada y contemporánea, esta colección reinterpreta la estética de esa época para conectar con las nuevas generaciones, combinando frescura, sofisticación y el lujo artesanal que define a Jimmy Choo.

Jimmy Choo es una marca de lujo global con un sentido empoderado del glamour y un espíritu atrevido. Famosa por su estilo seguro y su artesanía excepcional, Jimmy Choo es sinónimo del arte de vestir a las celebridades y del estilo de la alfombra roja.

UGG celebra la Navidad: calidez y estilo para todas las edades y gustos



Ya sea para un amante de la moda, alguien que busque confort o aquel que simplemente aprecia los pequeños detalles, UGG tiene algo que ofrecer. Desde clásicos renovados como las botas de pelo, zuecos ultra suaves y nuevos diseños con colores que deslumbran y nuevas texturas.

HIDN-ANDER Call to Action 2025 vol.1: "STAGECRAFT"



La última colección se centra en las leyendas de la música de los años 80, 90 y principios del 2000, una época de individualidad intrépida. El protagonista es el héroe. Y nuestros héroes son iconos. Madonna, Sade, Whitney Houston, Amy Winehouse, Mick Jagger, David Bowie y Lenny Kravitz dominaron los escenarios. Cada uno de ellos tenía un estilo propio, crudo, auténtico y sin concesiones.

Hidn-Ander recupera ese espíritu de singularidad. Los modelos canalizan el espíritu rebelde de estos iconos y animan a todo el mundo a mirar más hondo, a nadar más allá de la uniformidad sin sentido de la moda dictada por las grandes marcas. Los zapatos Hidn-Ander te permiten sentir tu libertad, tu sentido del yo. Los focos muestran el camino.

La artesanía escénica es la fusión de la habilidad y la interpretación. El escenario es un lugar de creación y conexión; elevado, pero a la vez un gran nivelador. Estar en el escenario es sentirse verdaderamente vivo, totalmente cargado. He aquí un poder que puede cambiar el mundo. Hidn-Ander te anima a sentir el poder y a tomar partido.

Las novedades incluyen la nueva AMY: una atrevida fusión de elegancia ballet y comodidad sneaker inspirada en la inimitable Amy Winehouse. La zapatilla simboliza la contradicción y la armonía, como la propia cantante. THREEK es la nueva zapatilla de running futurista, con suela VIBRAM y espíritu aventurero. El programa Animal Free se extiende a las MEGA/T y STRIPELESS®, así como a la leyenda que es STARLESS®.

Descubre esta selección de bolsos estampados de la firma italiana v°73



Vibrant

Para esta temporada, V°73 apuesta por bolsos estampados que combinan diseño moderno con materiales de alta calidad. Esta amplia selección está disponible en gran variedad de tamaños para diferentes ocasiones, como el modelo shopper con un espacio amplio para llevar a la oficina o de viaje, además de, otros modelos como el bolso de hombro o de mano.

La colección introduce diferentes estampados que abarcan desde motivos geométricos hasta florales con detalles en diversos colores que incluyen tonalidades vibrantes como el naranja o el amarillo hasta tonos más invernales como el granate, el azul o el gris.

Estos bolsos no solo destacan por su diseño único y exclusivo, sino por el compromiso de la marca con la sostenibilidad, donde integran prácticas y materiales responsables en su proceso de producción.

Venecia siempre ha sido la inspiración de las colecciones de la marca V°73. Su directora creativa, Elisabetta Armellini y su vínculo con la ciudad destacan por los detalles de la misma, que se repiten en muchas líneas de la marca; desde el rosetón inspirado en las líneas arquitectónicas de Ca' D'Oro al uso del terciopelo para embellecer algunos modelos con un diseño minimalista.

Superpluto, el bolso que se agotó en 24h



La Colección Fumée captura el amor de Mielis por la artesanía y la belleza de lo inesperado, cada pieza pintada a mano con degradados ahumados que la hacen verdaderamente única.

Superpluto salió a la luz en el O80, durante el desfile de Nathalie Chandler. Una versión del modelo Pluto en versión oversize y del que sólo había 5 unidades, que se agotaron en 24 horas.

Energía y glamour , adjetivos que definen la nueva colección de Roberto Cavalli inspirada en los símbolos clásicos de la marca



Cada modelo se inspira en los símbolos clásicos de la marca, transformándolos en detalles únicos y sofisticados que reflejan el encuentro entre la estética moderna y la artesanía tradicional italiana.

La Serpiente cobra vida en las patillas que ocultan el cuerpo de la serpiente bajo una capa de acetato cristalino, permitiendo que solo emerja la cabeza, o a través de una refinada forma del metal que recuerda su forma.

Karl Lagerfeld presenta la nueva colección eyewear



La colección otoño-invierno 2024 de KARL LAGERFELD incluye siluetas vanguardistas, colores atrevidos y detalles de diseño inspirados en el ADN de la casa, en línea con las colecciones de moda y los accesorios de temporada.

Ferragamo presenta su colección de Joyas Silver



Esta nueva línea incluye una selección de collares, pulseras, anillos y pendientes y se inspira en la placa Vara, copiando sus formas y dándole elegancia. Los códigos creativos de Ferragamo se interpretan con un toque moderno, combinando herencia e innovación.

La preciosidad de la plata define las creaciones de esta colección, desde los elementos icónicos de la placa Vara hasta las formas más esculturales adornadas con el grabado Ferragamo.

Esta línea, con sus formas orgánicas y texturadas, evoca la idea de joyería de Maximilian Davis, que desde su debut como director creativo de Ferragamo ha introducido la bisutería como elemento definitorio y parte integrante del vestuario femenino.

Las novedades en deporte de casi 2.300 expositores de 113 países atraen la visita e interés de 55.000 profesionales a ISPO Munich 2024



Con la participación de casi 2.300 expositores de 50 países, 55.000 asistentes de 113 países, y seis conferencias de alto nivel, incluyendo el SPORT MARKE MEDIEN, Sports Tech Nation y el Ski Industry Climate Summit, ISPO Munich 2024 se consolidó como la plataforma que hace visible y palpable la transformación de la industria.

Innovación y sostenibilidad como ejes centrales

150 innovaciones pioneras: Desde experiencias deportivas inmersivas para prevenir lesiones hasta herramientas de regeneración asistidas por realidad virtual, la feria ofreció un adelanto del futuro del deporte.

Sustainability Hub con Patagonia: Centrado en materiales naturales y una economía circular, marcó el camino hacia métodos de producción sostenibles.

78 conferenciantes de renombre: Estrellas como Andre Agassi, Malaika Mihambo y Julian Nagelsmann abordaron temas de salud, deporte e innovación.

Premio ISPO: Reconoció 80 productos destacados por su calidad e innovación, estableciendo un estándar para la industria.

Salud como tema principal: Paneles y ponencias exploraron cómo la industria del deporte puede impulsar un estilo de vida más saludable.

Laboratorio de futuro: tecnología al servicio de la salud y el deporte

En el ISPO Future Lab, la Organización Mundial de la Salud (OMS) advirtió que el 81 % de los niños y adolescentes no son lo suficientemente activos, lo que supone un coste económico significativo y un impacto negativo en el sistema de salud.

"ISPO ofrece una plataforma única para

reunir a los actores clave y abordar la inactividad física con soluciones tecnológicas que inviten a la acción", señaló Emma Zwiebler, directora general de la WFSGI.

Entre las tecnologías destacadas se presentaron herramientas de regeneración con realidad virtual, dispositivos portátiles que miden la fatiga muscular en tiempo real y equipos de fitness controlados por inteligencia artificial.

Sostenibilidad: un compromiso ineludible

El Sustainability Hub, en colaboración con Patagonia, mostró cómo las marcas pueden contribuir a la protección climática. Adidas y Gore-Tex, entre otros, presentaron productos de alto rendimiento fabricados de forma sostenible. El uso de algas como material renovable fue una de las innovaciones más destacadas.

"Lo que hace Patagonia por sí sola no importa. Solo con un esfuerzo conjunto de la industria podemos generar el cambio necesario para proteger nuestro planeta", afirmó Beth Thoren, directora de acción medioambiental de Patagonia en Europa.

Una conclusión clara: el futuro comienza ahora

ISPO Munich 2024 demostró ser el lugar donde se redefinen la salud, la tecnología y el deporte. Según Tobias Gröber, director ejecutivo del grupo ISPO:

"Hemos logrado fusionar la tecnología y la salud, dos factores esenciales para el futuro del deporte."

La feria reunió a más de 1.500 diseñadores y desarrolladores de sectores como deporte, moda y automoción para intercambiar ideas sobre tendencias de materiales, tecnologías y diseño circular.

Patricia Urquiola presenta "among-us", un diseño textil inmersivo en Heimtextil 2025



En la próxima edición de Heimtextil 2025, la reconocida diseñadora Patricia Urquiola presentará "among-us", una instalación de diseño de 650 m² que estará situada en el corazón del Pabellón 12.0.

Para llevar a cabo este proyecto, Urquiola ha colaborado con marcas de prestigio como Kettal, Moroso, cc-tapis, Aquafil, Cimento® y Parà Tempotest, desarrollando elementos espaciales únicos, tales como estructuras colgantes de alfombras de doble cara, islas lounge y muebles diseñados de forma personalizada.

La instalación "among-us" ofrece una experiencia sensorial y visual única, con elementos destacados como:

Islas lounge de Kettal, revestidas con tejidos de Kvadrat.

Textiles colgantes de cc-tapis, elaborados con hilo de nylon regenerado proporcionado por Aquafil.

Asientos personalizados creados por Moroso.

Estructuras colgantes de cemento, diseñadas por Cimento®, que aportan dimensiones arquitectónicas al espacio.

Expositores como Parà Tempotest también patrocinan algunos de los tejidos utilizados en la instalación.

messe frankfurt

**texworld
apparelsourcing**

PARIS

10 – 12.02.2025

**PARIS LE BOURGET,
FRANCIA**



Tejiendo el Futuro

Suministro | Business | Soluciones

texworld-paris.com

part of

TEXPERTISE

the textile business network

Las mejores app para el comercio minorista competirán entre ellas en el Innovation Village Retail durante la Expo Riva Schuh & Gardabags



El mundo del retail está en constante transformación, y las aplicaciones móviles desempeñan un papel clave en este proceso, como lo demuestran las ideas innovadoras que presentarán las startups en la edición de enero del Innovation Village Retail durante la Expo Riva Schuh & Gardabags.

Desde finales de la década de 2000, pocos avances han impactado tanto a la sociedad como el smartphone, un ordenador portátil que cabe en el bolsillo. Este dispositivo no solo ha revolucionado nuestra comunicación, sino también nuestras compras, rediseñando los modelos de distribución y comercio. Esta transformación, aún en marcha, será evidenciada por las soluciones de vanguardia que se mostrarán del 11 al 14 de enero de 2025, en colaboración con Retail Hub, durante un evento que, cada seis meses, impulsa el cambio en las prácticas comerciales.

Nuevas experiencias de compra y sostenibilidad

Tras el auge meteórico del comercio electrónico, las plataformas digitales han ampliado su enfoque más allá de la venta de productos. Ahora ofrecen servicios como Care&Repair, métodos rápidos para alquilar accesorios de moda y apoyo al creciente mercado de segunda mano. Además, las experiencias de compra evolucionan hacia opciones innovadoras que integran canales físicos y digitales, simplificando la localización de productos y resolviendo problemas comunes como los errores en las tallas.

En el Innovation Village Retail, startups de todo el mundo competirán en una Startup Competition, donde un jurado compuesto por expertos del sector elegirá la mejor propuesta. La startup ganadora tendrá la oportunidad de regresar como expositora en la próxima edición.

Nueve startups innovadoras: redefiniendo el futuro del retail

PROLONG: Una segunda vida para los zapatos

CLOOVE: Compra, venta y alquiler en una sola app

BCAME: Tu socio tecnológico para el e-commerce

MEASMERIZE: El ajuste perfecto a la primera

SYEEW: Eficiencia para PYMES

MAGIQEYE: Compras sin estrés con pago instantáneo

SANGROVE: Tecnología sostenible para evitar sobreproducción

SNAPFEET: El zapatero digital

NOTARIFY: Autenticidad digital con Blockchain

El Innovation Village Retail es un punto de encuentro esencial para las empresas del sector, donde las innovaciones tecnológicas se convierten en soluciones prácticas para el comercio del futuro.

Salon Textil on Tour 2025: Innovación y Tendencias en el Sector Textil



Con más de 30 expositores, este evento se convierte en una plataforma para conectar con los principales actores del sector textil y la confección a nivel nacional. Los asistentes podrán conocer de primera mano las propuestas más creativas y sostenibles, además de tener acceso a las últimas novedades en el mundo del textil.

Salon Textil on Tour no es solo una feria, sino un punto de encuentro para impulsar colaboraciones y abrir nuevas puertas hacia el futuro del sector. Es la oportunidad perfecta para estrechar lazos con los mejores distribuidores y representantes del país.

Si eres profesional del sector, no te pierdas esta cita que reúne creatividad, sostenibilidad y negocio en un solo espacio. ¡Marca las fechas en tu calendario y prepárate para un 2025 cargado de innovación!

Fechas de Salon Textil on Tour 2025:

Sevilla: 13 y 14 de febrero en el HOTEL GIRALDA CENTER

Barcelona: 19 y 20 de febrero en el WORLD TRADE CENTER

EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL SECTOR TEXTIL

BARCELONA

TEXTILE EXPO

2025

7. Salón internacional de tejidos y producto acabado

14-16 Enero 2025, 10.00-17.00

Fira de Barcelona-Montjuic-Hall2



**registro
en línea**

bisutex

Salón Internacional de la Bisutería y Complementos

En coincidencia con:

intergift
madridjoya
MOMAD



Lo que viene empieza aquí.

Descubre las nuevas colecciones y tendencias.

06-09 2025
Feb

Recinto Ferial
ifema.es

