



PRENSAPIEL

REVISTA PROFESIONAL DEL SECTOR DE LA PIEL



NÚMERO 306 · ENERO 2025 · 18 Euros · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · prensapiel@prensapiel.com · www.prensapiel.com



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:
XTI

PRENSAPIEL

Director:

José Antonio Blanco
joseantonio.blanco@edicionessibila.com

Redacción:

José Antonio Blanco - Elena Sisó

Departamento Comercial:

essl@edicionessibila.com

Administración y Suscripciones:

essl@prensapiel.com

Edita:

Edicions Sibil-la, S.L.
Diputación, 180, 1º C
08011 - Barcelona
Tel. +34 932 265 151
essl@edicionessibila.com
www.edicionessibila.com



D.L. B-14.183-92
ISSN 2564-9000

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

Actualidad

Salvador Gómez, nuevo secretario general de la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE)

Salvador Gómez sustituye en el cargo a Marián Cano.

Salvador Gómez, nacido en Caravaca de la Cruz es licenciado en Economía por la Universidad de Murcia y cuenta con un posgrado de especialista universitario en Smartcities, Gobernanza y Sostenibilidad por la Universidad Católica San Antonio de Murcia. También posee un máster en Business Administration (MBA) por la Escuela de Negocios ENAE.

Gómez cuenta con más de 20 años de experiencia en dirección, consultoría y representación de empresas en la industria del calzado. Durante su trayectoria ha ocupado diversos puestos en entidades públicas y privadas, entre otros. En 2016 pasa a formar parte del Comité Ejecutivo de FICE y asume el cargo de director ejecutivo de Calzía.

Durante el acto de nombramiento, Gómez ha agradecido "la confianza depositada en mí por FICE" y ha incidido en "los importantes retos que tiene el sector del calzado por delante, unos desafíos que debemos afrontar potenciando la innovación, la sostenibilidad y la internacionalización de nuestra industria con el objetivo de fortalecer la posición del calzado español en el mercado global".

Por su parte, la presidenta de FICE y CEC, y vicepresidenta ejecutiva de Grupo Pikolinos, Rosana Perán Bazán, ha elogiado "la labor realizada por la anterior secretaria general, Marián Cano, durante estos años. Su trabajo ha sido clave para el fortalecimiento de nuestra industria". "Con el nombramiento de Salvador Gómez se abre una nueva etapa en nuestra entidad. Su amplia trayectoria en la industria será clave para impulsar el desarrollo estratégico del calzado".



La Asociación Española de Empresas de Componentes para el Calzado (AEC) apaga sus primeras 25 velas

AEC conmemoró su 25 aniversario de historia de la Asociación con una Gala llena de emotividad.



Uno de los protagonistas destacados de la gala fue el libro conmemorativo del 25 aniversario de AEC, que estuvo presente en el escenario. Esta obra recoge la historia de la asociación desde sus inicios y ofrece entrevistas a empresarios y asociados que han sido parte fundamental de su crecimiento. Este libro no solo es un homenaje a su trayectoria, sino también un testimonio del impacto y legado de AEC en el sector.

El acto fue un reconocimiento a los 25 años de historia de la asociación, así como a todas las personas e instituciones que han contribuido de manera decisiva a su éxito. Durante la gala, se entregaron los galardones de la Horma Dorada, que destacaron la labor de figuras clave en la historia de AEC. Entre los homenajeados se encontraron los expresidentes de la asociación, Pascual Pizana Sáez, José María Sarabia García, Antonio Sanz Lozano y José Antonio López Robles, quienes lideraron etapas fundamentales de su desarrollo. También se reconoció a los expresidentes de FUTURMODA, José Antonio Ibarra Torres, Andrés Alonso Coves, Tomás Aznar Martínez y Pedro Vives Pérez, por su contribución a uno de los escaparates internacionales más importantes del sector.

El homenaje se extendió al personal de AEC, representado por Vicente Monzó Vicente, cuya dedicación ha sido esencial para la consolidación de la asociación, así como al periodista Vicente Bordonado Gomis, en agradecimiento por su labor informativa y apoyo al sector.

Distribución

Decathlon reabre las puertas de su tienda en Aldaia

Decathlon Aldaia, situada en el centro comercial Bonaire, ha reabierto sus puertas retomando la normalidad tras 51 días.



Gracias al trabajo incansable del equipo de Decathlon Aldaia, formado por 58 colaboradores, y al apoyo de los equipos de Decathlon España, se han podido llevar a cabo todas las medidas de acondicionamiento y seguridad de la tienda.

Amparo Menéndez, directora de Decathlon Aldaia, señala que "el contexto que estamos viviendo todos los valencianos desde hace casi dos meses, hace que la reapertura de la tienda suponga volver a estar en casa junto a todo el equipo de Decathlon Aldaia. Estamos muy orgullosos del trabajo realizado durante estas semanas para poder estar de nuevo con todos los deportistas en unas fechas tan señaladas, e ir recuperando, poco a poco, la normalidad".

Cybex abre su primera flagship en la Rue Saint-Honoré de París

La marca de puericultura alemana anuncia la apertura de su primera tienda en París, después de casi 20 años desde su fundación y más de 15 años de actividad en Francia.



Ubicada en el corazón de la ciudad, en la prestigiosa Rue Saint-Honoré, esta nueva boutique cuenta con más de 359 m2 distribuidos en dos plantas, recreando un ambiente familiar que refleja perfectamente los pilares de la marca: una funcionalidad de lujo y un diseño contemporáneo.

Camicissima inaugura la primera tienda de España en La Torre Outlet Zaragoza

Camicissima, la marca de camisas italianas más reconocida se convierte en la primera tienda de la firma en España.



El Outlet de Camicissima abre sus puertas en La Torre Outlet Zaragoza. Con una larga trayectoria en moda italiana, Camicissima es sinónimo de estilo, elegancia y calidad, destacando por sus camisas non iron con la que no palncharás nunca más (lávala, tiéndela y póntela), y ahora llega a nuestro centro comercial para ofrecer a sus visitantes productos exclusivos a precios de outlet.

Antony Morato anuncia apertura en Murcia



El diseño de la tienda refleja la identidad contemporánea de Antony Morato: líneas esenciales y tonos neutros se mezclan con elementos de mobiliario de colores vivos, creando un fuerte impacto visual. Este contraste realza las prendas expuestas, ofreciendo una experiencia de compra dinámica.

Distribución

Adolfo Domínguez apuesta por la innovación y firma un acuerdo de investigación con el Intexter de la Universitat Politècnica de Catalunya

Este acuerdo tiene como objetivo investigar las claves para una mayor durabilidad de las prendas, abogando una vez más por un consumo más responsable, alejado del fast fashion.



Adolfo Domínguez continúa con su apuesta por la innovación y la sostenibilidad. En esta ocasión lo hace aliándose con el Instituto de Investigación Textils y Cooperación Industrial (INTEXTER) de la Universitat Politècnica de Catalunya - Barcelona Tech (UPC) con el objetivo de investigar las claves para una mayor durabilidad de las prendas, abogando una vez más por un consumo más responsable, alejado del fast fashion.

El acuerdo se alinea con el ADN de Adolfo Domínguez: compromiso con el medioambiente, apuesta por prendas que duren más allá de las modas, y un diseño atemporal y de calidad.

El acuerdo permitirá desarrollar diversos proyectos de investigación, así como la colaboración entre los investigadores de la entidad educativa y los profesionales de

Adolfo Domínguez.

“Esta alianza con el INTEXTER de la UPC refuerza nuestro compromiso con la sostenibilidad y el continuar avanzando para el desarrollo de unas colecciones todavía más duraderas, un elemento clave para la sostenibilidad en la moda”, afirma Antonio Roade, director de Sostenibilidad e Impacto Positivo de Adolfo Domínguez.

Adolfo Domínguez se postula como un referente en la comunicación para un consumo más lento. Desde el 2018, la firma mantiene un diálogo con la sociedad a través de sus campañas de eslóganes ‘Sé Más Viejo’; ‘Piensa. Luego Compra’; o, ‘Repite Más. Necesita Menos’.

En el ámbito de la innovación, la marca ha lanzado proyecto de innovación como ADN Rent, su servicio de alquiler de ropa, con el objetivo de ofrecer alternativas reales al consumo desmedido. La firma cuenta además con un acuerdo con la start-up pionera en i+D Pyratex para avanzar en la incorporación de nuevas fibras en sus prendas. En los últimos años, Pyratex ha desarrollado tejidos a partir de flores Kapok, residuos agrícolas o algas del Atlántico Norte.

El Instituto de Investigación Textil y de Cooperación Industrial de Terrassa (INTEXTER) es una unidad académica de la Universidad Politècnica de Catalunya, fundada en 1962, cuyo objetivo principal es promover la investigación en el ámbito textil y sectores afines. Para ello, participa activamente en proyectos de I+D financiados por entidades públicas locales, nacionales y europeas.

INTEXTER facilita la transferencia de tecnología mediante el desarrollo de proyectos de I+D+i en colaboración con empresas, además de ofrecer servicios de dictámenes, peritaciones y ensayos. También se dedica a tareas de normalización, homologación y certificación.

Asimismo, contribuye a la formación de nuevos investigadores a través de su programa de doctorado en la UPC.

Blue Banana presenta su primera Memoria de Sostenibilidad

La marca de moda outdoor presenta su primera Memoria de Sostenibilidad con un plan validado hasta 2026.



Blue Banana, la marca de moda outdoor y aventura nacida en 2016, presenta su primera Memoria de Sostenibilidad, un hito que reafirma su compromiso con las personas, el medioambiente y la ética en todas sus operaciones. Bajo la estrategia que han llamado “Blue Banana Conscious”, la empresa proyecta acciones concretas hasta 2026 para inspirar una nueva forma de explorar, vivir y crear moda sin dejar huella. Para implementar el plan se guiarán por valores como la honestidad, el compromiso, la innovación, el respeto y la autenticidad.

La firma agrupa y tangibiliza de este modo distintas iniciativas que ya venía desarrollando en torno a la sostenibilidad. Por ejemplo, en 2021 se convirtieron en la primera empresa de moda española en negativizar las emisiones de carbono de todo su catálogo y packaging. Lo lograron compensando el doble del CO2 que estos originan. Además, todas sus tiendas y oficinas utilizan energías verdes.

Por otro lado, el 76% de sus productos ya están fabricados con algodón orgánico certificado y el packaging ha ido evolucionando para contener el mayor porcentaje de materia reciclada posible y ser de fácil reciclabilidad y/o retornabilidad. Además, Blue Banana ha estado desarrollando estrategias de economía circular para reducir el desperdicio y fomentar la reutilización, reciclaje y reparación de productos. Del mismo modo, la marca de la equis está continuamente explorando el uso de materiales alternativos como recientemente ha demostrado con el neopreno confeccionado con neumáticos reciclados o la colección Cosmos Circularity Project, hecha de antiguas prendas de la marca.

La estrategia “Blue Banana Conscious”, que servirá de hoja de ruta hasta 2026 se basa en un análisis de doble materialidad a través del cual se identifican catorce temas críticos que afectan tanto al negocio como a sus grupos de interés. Entre los más destacados: el respeto a los derechos humanos, la protección medioambiental y la transparencia en la gestión.

Uno de los principales gurús mundiales de estrategia, Michael Enright, visita Leather Cluster Barcelona

Es el autor principal del caso de Harvard protagonizado por el clúster de la piel catalán



De la mano de Alberto Pezzi, sénior mánager de Clústers de ACCIÓ, el pasado lunes 9 de diciembre visitó Leather Cluster Barcelona, uno de los principales gurús mundiales de estrategia, Michael Enright. Reconocido experto en crecimiento y estrategia empresarial, Enright,

ha asesorado gobiernos, corporaciones y agencias multilaterales de más de 20 países de los seis continentes.

Michael Enright es el autor principal del caso de la Harvard Business School "The Catalan Leather Industry" (9-795-105, 15 de febrero de 1995), protagonizado por el clúster de la piel catalán y que fue el primer caso de un clúster catalán que se estudió en Harvard.

Acompañados de Bernat Vilarrubias y Jordi Vidal, presidente y director ejecutivo de Leather Cluster Barcelona, Michael Enright y Alberto Pezzi, han recordado y celebrado los treinta años del primer caso de la Harvard Business School sobre estrategia a nivel clúster, con uno de sus grandes protagonistas, Miquel Vila, analizando la

evolución del sector desde entonces hasta hora.

A principios de los años noventa, de la mano del consejero Antoni Subirà, considerado el padre intelectual de la política de clústeres en Catalunya y Emilià Duch, un referente global en el ámbito de los clústeres, se implementó un proyecto transformador para hacer frente a los retos que tenía el sector de la piel. Miquel Vila, participó activamente de este proyecto y lideró junto con Francesc Fontanellas, la aplicación e implementación de las políticas de desarrollo económico basadas en clústeres en el sector de la piel desde Igualada.

La colaboración público-privada iniciada entonces y basada en un nuevo enfoque estratégico para continuar siendo competitivos, derivó en la construcción y puesta en marcha de la depuradora de Igualadina de Depuración y Recuperación (IDR), uno de los ejemplos más ilustrativos de la ventaja de formar parte de un clúster.

El trabajo de Duch y Subirà con el clúster de la piel, ejecutado aquí por Vila y Fontanellas, se plasmó en el caso de estudio de la prestigiosa universidad americana de Harvard, preparado por Michael Enright junto con María Dolores Rodríguez, María del Mar Prats y la colaboración del profesor del IESE, Eduard Ballarín.

En este sentido, Alberto Pezzi de ACCIÓ, siempre que tiene ocasión explica el clúster de la piel de Catalunya por todo el mundo, como uno de los ejemplos más ilustrativos de los más de treinta años de política de clústeres en Catalunya. En esta visita, Pezzi destacó Leather Cluster Barcelona como "un ejemplo de resiliencia, competitividad y valor compartido en una industria milenaria".

El proyecto Leather ReBioenergía 2024-2025 impulsado por Leather Cluster Barcelona cuenta con el apoyo de ACCIÓ

El pasado miércoles 11 de diciembre, en la Adoberia Bella, sede de Leather Cluster Barcelona, se celebró una reunión de evaluación de la segunda etapa del proyecto Leather Rebioenergía, justo después de la aprobación por parte de ACCIÓ de su apoyo a la iniciativa.



Leather Cluster Barcelona continúa con su compromiso firme haciendo camino hacia el Residuo Cero. En este sentido, el clúster está impulsando diferentes proyectos con el objetivo de obtener la máxima valorización de los residuos-recursos orgánicos.

En 2019, el clúster inició un proyecto de valorización del pelo como ingrediente para biofertilizantes, y en 2021 se lanzó el proyecto Regenera. En 2022, se concretó con el subproyecto ReGras Pro para obtener aceites para biocombustible y proteínas de las carnazas, con una inversión estimada de 3,5M€ a ejecutar a partir del 2025.

Después de los resultados prometedores del ReBioenergía 2023, desde principios de abril prosigue la segunda parte de este proyecto para tratar los residuos terminales que, una vez aplicadas las Mejores Técnicas Disponibles de la Economía Circular, siguen sin más alternativa que los vertederos, como es el caso de los barros de las depuradoras o de los recortes de piel.

El proyecto Leather Rebioenergía, en esta nueva etapa, busca dar tratamiento avanzado a los residuos terminales, promover la descarbonización, canalizar el mejor tratamiento de bienes confeccionados con piel (procedentes de políticas de Take Back), y generar energía no derivada de recursos fósiles.

Bajo la dirección y coordinación de Leather Cluster Barcelona, esta segunda etapa del proyecto Rebioenergía cuenta con la participación de los socios del clúster, Adobinve SL, Igualadina de Depuración y Recuperación SL (IDR) y el grupo de investigación de la Universitat de Lleida (UdL), A3 Leather Innovation Center. También es socio del proyecto, el Clúster de la Bioenergía de Cataluña (CBC), entidad que agrupa el sector empresarial de la bioenergía y trabaja para impulsar proyectos energéticos que velen por la transformación del país hacia un modelo económico competitivo y circular.

Tal como se ha comentado, este proyecto cuenta con el apoyo de ACCIÓ, la agencia pública para la competitividad de la empresa catalana adscrita al Departamento de Empresa y Trabajo de la Generalitat de Catalunya, en el marco de las ayudas de iniciativas de refuerzo de la competitividad en zonas de transición nuclear para las entidades integrantes del Programa Catalunya Clústers relacionados, entre otros, con la implementación de cambios estratégicos, innovaciones y nuevas tendencias al clúster o a las empresas del sector.

Quimser, empresa asociada a Leather Cluster Barcelona, obtiene el ZDHC nivel 3

Después de lograr el nivel 1 ZHDC en 2022, este 2024 Quimser ha obtenido los niveles 2 y 3, informan fuentes de Leather Cluster Barcelona (LCB).



Fundada en 1966 por Salvador Esquerra Romeu, Quimser es una empresa familiar fabricante de productos químicos para la industria de la piel que hoy exporta más del 60% de su producción.

Quimser, es una empresa comprometida con el sector de la piel y con el planeta. Trabajan para crear un futuro más sostenible para todo el mundo, orgullosos de mostrar que incluso la industria química también puede ser responsable para disminuir el cambio climático y la degradación medioambiental.

La necesidad de reducir el impacto ambiental por el uso de componentes químicos peligrosos y de proteger a consumidores y trabajadores dieron origen al programa Zero Discharge of Hazardous Chemicals (ZDHC).

ZDHC es un programa no gubernamental que establece normas para eliminar los productos químicos peligrosos en la producción de textiles y piel. Más de 100 marcas mundiales y muchos proveedores de la industria de la piel participan en el programa ZDHC y velan por el cumplimiento de la normativa ZDHC en sus cadenas de suministro.

Después de lograr el nivel 1 ZHDC en 2022, este 2024 Quimser ha obtenido los niveles 2 y 3, informan fuentes de Leather Cluster Barcelona (LCB).

ZDHC ofrece a las compañías certificadas y a quienes usan sus productos la garantía que estos cumplen con la MRSL ZDHC v3.1 (nivel 1) y que estos han sido fabricados de forma responsable, de acuerdo con los estándares de los niveles 2 y 3. Para los clientes de Quimser esto se traduce en máxima seguridad y confianza.

La obtención de la certificación ZDHC Nivel 3, la más alta de su categoría, representa un reconocimiento importante al compromiso de la empresa con la seguridad y la sostenibilidad. Desde Quimser, empresa asociada al clúster, auguran un gran futuro al cuero natural, con la colaboración activa de todos los actores de la cadena de valor hacia el objetivo compartido del desarrollo sostenible.

La Confederación de Asociaciones Nacionales de Curtidores de la Comunidad Europea (COTANCE) celebra la decisión del Parlamento Europeo de establecer un intergrupo sobre ganado sostenible

El Parlamento Europeo ha establecido oficialmente el Intergrupo sobre Ganadería Sostenible.

El Intergrupo servirá como un foro vital que conecte a los responsables políticos europeos con representantes de agricultores, profesionales de la ganadería y asociaciones asociadas de European Livestock Voice, incluida COTANCE.

El eurodiputado Benoit Cassart, de Renew Europe, declaró: «La realidad sobre el terreno que veo todos los días no se corresponde con lo que a menudo se escucha en las instituciones públicas, que a menudo son muy centradas en la ciudad, como el Parlamento Europeo. Este Intergrupo puede ayudar a cerrar la brecha entre la realidad sobre el terreno y nuestros responsables de la toma de decisiones políticas. La ganadería es un activo considerable para la autonomía alimentaria de Europa y mucho más, por lo que revitalizar este sector esencial a través de políticas bien informadas es de importancia urgente».

El MEP Alexander Bernhuber, EPP, un impulsor clave para la creación del Intergrupo, dijo: «Este Intergrupo se ha creado para abordar la necesidad de un enfoque holístico de la ganadería sostenible, integrando los aspectos ambientales, económicos y de bienestar animal. El sector se enfrenta a importantes desafíos, incluido el cambio climático y la demanda de los consumidores de alimentos producidos de forma sostenible. Este Intergrupo puede ayudar a fomentar políticas que equilibien estas necesidades al tiempo que apoyan a los agricultores».

La eurodiputada Maria Grapini, S&D: «Con este Intergrupo, nuestro objetivo es facilitar el diálogo continuo entre el Parlamento Europeo, la industria, las organizaciones de bienestar animal y las autoridades competentes para garantizar una regulación equilibrada y eficaz que apoye la competitividad del sector y la protección del medio ambiente para un sector ganadero más sostenible, eficiente y responsable».

Importancia del sector en la economía circular

Para COTANCE, este desarrollo ofrece una oportunidad única para destacar el papel de la industria del cuero en la economía circular. El cuero transforma las pieles y las pieles en productos de valor añadido, contribuyendo a la valorización del quinto trimestre del animal y a la adhesión a los principios de cero residuos.

Gustavo González-Quijano, Secretario General de COTANCE, declaró: «El establecimiento del Intergrupo es un paso crucial para garantizar que se reconozca el papel indispensable de la industria del cuero en la economía circular. Abre un diálogo muy necesario para mostrar cómo el cuero contribuye a la sostenibilidad y apoya los principios de cero residuos, al tiempo que agrega valor al sector ganadero».

COTANCE espera trabajar con el Intergrupo y sus partes interesadas para promover una cadena de valor ganadera sostenible y competitiva en toda Europa.

Marroquinería y Complementos

La piel Dior Gravity sublimada con un degradado hipnótico

Kim Jones reinventa y rinde homenaje al legado de Dior a través de un material adornado con el emblemático motivo Dior Oblique en dos versiones diferentes: una para pequeños artículos de piel y otra para bolsos, en formato maxi.

Esta creación, que refleja el savoir-faire de excelencia de la Maison, es el resultado de una singular técnica de repujado que marca delicadamente la piel a través de la acción de la gravedad. Su nombre no puede describirla mejor: Dior Gravity.

Esta innovación virtuosa, reinterpretada temporada tras temporada, se distingue por su textura graneada y su tacto flexible. Se presenta en modelos únicos en varios tonos de gris, el color favorito de Monsieur Dior, con un cautivador degradado que se obtiene gracias a un proceso de pulverización manual del pigmento.

Los artesanos cortan, ensamblan y cosen con infinita precisión y uno a uno los elementos de estos objetos de deseo. Esta reinterpretación original, que combina sofisticación y funcionalidad, sublima artículos de piel muy codiciados, como mochilas, bolsos bandolera y una pochette. Una oda a la creatividad y a la belleza poética de los gestos.



Scharlau: maletines funcionales para viajar con estilo que no te pueden faltar



Apuesta por la autenticidad, destaca sobre el resto, los complementos de Scharlau te dan ese toque que Werner Scharlau, viajero asiduo y amante de los productos de calidad que reflejan una personalidad, nos ofrece desde que decidió crear su propia marca con unos objetivos muy concretos, funcionalidad, diseño y calidad en los materiales, un complemento que te diferencie del resto.

Descubre el nuevo Boulevard Bag AW24 de Elisabetta Franchi

El bolso Boulevard se inspira en los ambientes urbanos de las ciudades más emblemáticas.



La fluidez de sus formas armoniza con el ritmo dinámico de la vida contemporánea, por lo que es ideal para quienes buscan un diseño esencial, práctico y a la vez distintivo.

Su silueta alargada, diseñada para ser ligera y envolvente, es perfecta para llevarla con naturalidad en cualquier contexto, realizando la individualidad de quien la lleva.

Fabricado en piel troquelada, conocida por su textura delicada pero estructurada, el bolso Boulevard te invita a vivir con facilidad y estilo.

Marroquinería y Complementos

Etnia Barcelona presenta Moi Aussi, el primer proyecto artístico que fusiona el arte con el mundo de la óptica

La marca de eyewear barcelonesa se une a Moi Aussi para materializar la máxima expresión artística a través de un proyecto cultural único que utiliza unas gafas como lienzo.



Etnia Barcelona, marca de eyewear independiente, conocida por su compromiso con el arte, la calidad y el color, presentó ayer la primera exposición de su nuevo proyecto artístico: Moi Aussi by Etnia Barcelona. Creado por Andrea Zampol D'Ortia, óptico y amante del arte, este proyecto nace con el objetivo de convertirse en una plataforma global donde artistas de todo el mundo puedan expresarse y dar a conocer sus carreras artísticas.

En línea con esta filosofía y como tributo al arte y a los artistas, la marca barcelonesa da un paso más con la adquisición de la Iglesia Dell'Abbazia Della Misericordia en Venecia, un espacio histórico totalmente reconstruido en el siglo XIII, que será reformado y habilitado para convertirse en headquarter y espacio creativo de Moi Aussi. Este espacio será el lugar de trabajo y estancia de 24 artistas internacionales que formarán parte del proyecto cada año y crearán su propia obra de arte a partir de unas gafas. Además, también estará abierto a otros artistas o colectivos artísticos ya consolidados que quieran exhibir sus obras en este icónico espacio veneciano.

LUXENTER - Atelier: Melodía de Colores

Descubre la armonía y la belleza serena de "Melodía de Colores", una colección de joyas que captura la esencia de la suavidad y la elegancia en tonos pastel de verde, rosa y azul.



Inspirada en la frescura y la tranquilidad de los colores de la naturaleza.

Cada joya de "Melodía de Colores" está meticulosamente diseñada para reflejar la pureza y la delicadeza de su paleta cromática.

Vacheron Constantin presenta su nuevo Traditionnelle Tourbillon de Alta Joyería

Un reloj de la colección Traditionnelle completamente engastado con más de 300 diamantes talla baguette.



Una creación que plasma toda la maestría relojera y la pericia decorativa de los oficios artísticos tan apreciados por la Maison.

Vacheron Constantin ha ampliado la colección Traditionnelle con un modelo tourbillon de Alta Joyería impulsado por el movimiento ultraplano Calibre 2160.

La tendencia del invierno llega de la mano de las botas XXL de Steve Madden

Tanto si prefieres el estilo biker, como si eres más de una bota clásica, estos modelos serán la clave para tus looks más invernales. Haz que tus prendas este otoño luzcan estilas combinándolas con las botas de la nueva colección de Steve Madden.



Considerado el magnate del calzado del siglo XXI, Madden cuenta con un sentido innato para detectar lo que es divertido, descubrir lo nuevo, lo que es excitante y aún más importante, para traducirlo a los consumidores.

Inspirado por el rock & roll y el estilo urbano, Madden crea zapatos de diseños innovadores y chics. Sus colecciones toman inspiración de las fiestas más brillantes y divertidas, la cuales le han proporcionado una legión de celebrities seguidores/as. Sus creaciones han sido lucidas entre otras por Heidi Klum, Katy Perry, Lady Gaga, Rihanna, Taylor Swift o Kate Moss. Steve Madden es considerado hoy como una de las marcas más buscadas y deseadas de los Estados Unidos, consiguiendo records de ventas tales que le han posicionado como líder de la industria.

Hola Madrid: descubre la nueva colección cápsula de XTI

Caminar por Madrid es desfilarse con estilo, pisar con fuerza y dejar una huella que hable de tu personalidad. Es fácil dejarse llevar por su ritmo vibrante, sus luces y las historias escondidas en cada rincón. Para vivir esta experiencia con autenticidad, necesitas un calzado que exprese tu esencia y te acompañe en cada paso.



Sus largas calles y avenidas se convierten en desfiles urbanos improvisados. Por eso, elegir el calzado perfecto es clave para destacar. XTI nos presenta en esta cápsula cuatro modelos únicos, diseñados para conquistar Madrid con elegancia, comodidad y autenticidad.



ESPECIALISTAS EN
ZAPATILLAS URBANAS



Foot on Mars
sneaker store



@FootOnMars

www.footonmars.com

'Shine like a Diamond' o la nueva colección de zapatos de Just-Ene y el joyero Antón Heunis

Esta colaboración da lugar a verdaderos zapatos-joya que enamorarán a 'royals' y celebrities por igual.

De las colaboraciones entre marcas surgen proyectos capaces de fusionar la esencia de sectores completamente diferentes, combinando su savoir-faire para crear algunos de sus diseños más especiales. En 'Shine like a diamond', la nueva colección de Just-ENE, ocurre precisamente eso.

La firma de calzado artesanal, que nació en 2014 de la mano de Irene Gil y que cuenta con su atelier en Madrid, ha unido fuerzas con Antón Heunis, la joyería española de alta gama reconocida por su exquisita artesanía e impresionantes diseños. Valores compartidos como el amor por lo hecho a mano y la calidad de sus piezas han hecho posible esta reunión, que cuenta con estos como enlace dentro de la misma.



Geox se solidariza con las familias valencianas afectadas por Dana

La firma ha donado 1.000 pares de zapatos infantiles, cuya distribución se ha realizado gracias a la colaboración con la Fundación Universitaria San Pablo CEU, que se encargó de entregarlos a las familias más necesitadas.

En un gesto de solidaridad y cercanía con las familias afectadas por la reciente inundación en la ciudad de Valencia, Geox ha decidido donar mil pares de zapatos infantiles. Esta iniciativa se llevó a cabo en colaboración con la Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia, que participa activamente en la zona. La donación responde a una necesidad concreta de las familias que se enfrentan a esta difícil situación de emergencia.

Mario Moretti Polegato, Presidente de Geox, dijo: "Estamos conmocionados y entristecidos por lo ocurrido en Valencia. Durante estas fiestas, con este gesto queremos ofrecer a los niños y a sus familias una sonrisa y un poco de consuelo en un momento tan difícil».

La distribución de los zapatos se realizó gracias a la colaboración con la Fundación Universitaria San Pablo CEU, que se encargó de entregarlos a las familias más necesitadas.



Calzado

La patronal Assocalzaturifici pone de manifiesto el pinchazo de las exportaciones italianas (-9,2%) y de la facturación del sector (-9,7%)

En opinión de Giovanna Ceolini, presidenta de Assocalzaturifici: "el comportamiento reflejo de muchas economías internacionales importantes, en Europa y fuera de las fronteras de la UE, y un contexto geopolítico nada favorable, al que se ha sumado, además del conflicto rusoucraniano, otro frente de inestabilidad en Oriente Medio, han penalizado severamente las exportaciones italianas de calzado en 2024".



La industria italiana del calzado registra un descenso de los principales indicadores en los nueve primeros meses de 2024. El descenso de las exportaciones (-9,2% en valor durante los primeros nueve meses de enero a septiembre respecto al mismo periodo de 2023) junto con la fuerte reducción de los pedidos, ha tenido fuertes repercusiones en la actividad productiva (-18,9% índice Istat de producción industrial) y en la facturación (-9,7%).

Así es la radiografía que presenta el informe del Centro de Estudios Confindustria Accessori Moda para Assocalzaturifici, que muestra cómo, superado el efecto del rebote postCovid, y tras un 2023 de notable estabilidad (al menos en valor), 2024 cierra con signos negativos en todas las principales variables, estimando una facturación sectorial que las primeras proyecciones a 12 meses muestran una desaceleración del -9,3%, hasta los 13.200 millones de euros (casi 1.400 millones menos que el año anterior) y con inevitables efectos sobre la demografía empresarial y el empleo.

"En el tercer trimestre de 2024 no se ha producido un cambio de tendencia en la situación económica del sector", explica Giovanna Ceolini, presidenta de Assocalzaturifici, "al contrario, más del 60 por ciento de las empresas cerraron con una facturación inferior a los niveles alcanzados en el mismo periodo de 2023, con reducciones de más del 20 por ciento para 1 de cada 5 empresas. Los datos acumulados de los 9 primeros meses confirman, por tanto, las dificultades que ya habían surgido

en la primera parte del año. El comportamiento reflexivo de muchas de las principales economías internacionales, en Europa y fuera de la UE, y un contexto geopolítico nada favorable, al que se ha sumado, además del conflicto rusoucraniano, otro frente de inestabilidad en Oriente Medio, han penalizado severamente las exportaciones de calzado en 2024. Si en la Unión Europea las ventas muestran descensos bastante moderados (2,6 por ciento en valor en conjunto, con 2 por ciento en Francia y 6,2 por ciento en Alemania), en los mercados extracomunitarios la caída es del 15,3 por ciento. Unos resultados en los que sin duda también ha influido la ralentización que han sufrido muchas marcas de lujo, cuyo desarrollo había contribuido en los últimos años a sostener la dinámica del sector".

Tendencia desfavorable en todos los segmentos

En detalle, el informe muestra cómo, en referencia a la demanda externa, la tendencia es desfavorable para todos los segmentos de productos, con la única excepción de los zapatos con parte superior de goma, cuyas exportaciones crecieron un +8,2 por ciento en volumen y un +1,3 por ciento en valor.

Por otro lado, los zapatos con parte superior de cuero, que siempre han sido característicos de la producción italiana y cubren el 65 por ciento de las ventas al exterior en valor, registraron contracciones del -7,1 por ciento en cantidad y del -8,2 por ciento en valor.

Mayor caída en los mercados de la UE

En cuanto a los mercados, los socios de la UE muestran en general una dinámica menos penalizadora que los de los países no pertenecientes a la UE. Entre estos últimos, solo China (+1,7% en valor, con +19% en cantidades), Hong Kong (+8,7%) y, sobre todo, los Emiratos Árabes Unidos (+26,3%), a pesar de una moderada disminución de pares para ambos; y luego Turquía, con aumentos superiores al 10% tanto en volumen como en valor.

Entre los países marcados por una dinámica negativa destaca Suiza, si bien el desplome de los flujos sufrido en los primeros 9 meses de 2024 (-51,3% en valor y -35,4% en cantidad) se debe atribuir, como se ha comentado reiteradamente más arriba, a un cambio en las estrategias de distribución de las marcas de lujo, que han sustituido el tránsito en los almacenes suizos por el envío directo a los mercados de destino final.

Cierre de fábricas y descenso del empleo

Por último, la prolongación de la fase económica desfavorable se tradujo en saldos negativos en los primeros 9 meses de 2024, en comparación con el cierre de 2023, en las cifras de natalidad-mortalidad de las empresas (144 fábricas de calzado activas, equivalente a -4%) y empleo (que mostró una disminución de 2.619 empleados, equivalente a -3,6%), así como un aumento en el uso de herramientas de complementación salarial: en la industria del cuero, las horas autorizadas de despidos aumentaron a 26 millones (un +139,4% sobre los 10,9 millones de horas de eneroseptiembre de 2023), lo que supone más de 4,5 veces las concedidas en el mismo periodo preCovid 2019.

Futurmoda inicia la segunda fase de la comercialización de su 53ª edición

Se celebrará el 12 y 13 de marzo de 2024 en IFA-Fira Alacant. La feria reunirá a más de 7.000 profesionales, ofreciendo un espacio clave para descubrir tendencias, innovaciones y fomentar el networking en la industria del calzado y la marroquinería. Además, destaca su compromiso con la sostenibilidad a través de iniciativas como FUTURMODA GREEN PLANET.



FUTURMODA, la feria internacional de la piel, los componentes y la maquinaria para el calzado y la marroquinería avanza con la comercialización de espacios para la 53ª edición, que se celebrará los días 12 y 13 de marzo de 2024 en el recinto ferial IFA-Fira Alacant. Este evento internacional, consolidado como el referente en piel, componentes y maquinaria para el calzado y la marroquinería, incorpora una gran novedad: el regreso de la maquinaria, con exposiciones de las últimas innovaciones tecnológicas aplicadas al sector.

La semana pasada finalizó el plazo prioritario para los antiguos expositores que quisieran mantener su espacio, y desde la organización ahora se sigue trabajando con nuevos expositores.

FUTURMODA, que reúne a más de 300 expositores y atrae a más de 7.000 visitantes profesionales, se reafirma como un escaparate imprescindible para la industria. Este año, los asistentes podrán descubrir no solo lo último en materiales, curtidos, tejidos y productos químicos, sino también las maquinarias más avanzadas, diseñadas para optimizar los procesos de fabricación de calzado y marroquinería.

La feria incluirá espacios como el Green Planet, que refuerza el compromiso del evento con la sostenibilidad al destacar materiales y tecnologías responsables con el medio ambiente.

Ubicada en un enclave estratégico entre Elche y Alicante, FUTURMODA no solo será el punto de encuentro para diseñadores, fabricantes y empresarios, sino también una plataforma para la toma de decisiones clave en el sector. Además de la exposición, los asistentes podrán disfrutar de zonas de networking, servicios de restauración gourmet y una amplia oferta de actividades paralelas, como el Foro de Expertos.

BKS+FIMI 2025 batirá récord de asistencia internacional con más de 300 compradores VIP de 49 países

La próxima edición de BKS+FIMI, que se celebrará del 22 al 24 de enero en Feria Valencia, se consolida como un referente internacional del sector.



Con más de 300 compradores VIP confirmados procedentes de 49 países de los cinco continentes, entre los que se encuentran representantes de grandes almacenes, importadores, tiendas especializadas, cadenas de tiendas y marketplaces. Esta edición de la feria de referencia del mundo de la infancia establece un nuevo hito en la historia del certamen y confirma que BKS+FIMI está de moda en el sector a nivel internacional.

Esta destacada presencia internacional ha sido posible gracias al apoyo de ICEX + IVACE+I con el trabajo conjunto de Feria Valencia y ASEPRI. Además, ICEX ha impulsado la participación de una decena de medios de comunicación internacionales para dar mayor visibilidad a las empresas expositoras, y vuelve a respaldar el evento a través de la pasarela Fashion from Spain, que mostrará a los compradores internacionales las últimas tendencias y novedades de las firmas españolas de moda y puericultura más destacadas.

"Estamos muy satisfechos con la respuesta de los compradores internacionales a esta edición de BKS+FIMI", afirma Alicia Gimeno, directora del certamen. "La presencia de más de 300 profesionales de 49 países es una muestra del prestigio y la relevancia que ha adquirido nuestra feria a nivel mundial. Este éxito es fruto de un trabajo conjunto con instituciones como ICEX + IVACE+, así como de la apuesta de las empresas expositoras por ofrecer productos y servicios de alta calidad".

Los compradores internacionales que asistirán a BKS+FIMI representan a todos los sectores presentes en la feria, desde grandes cadenas hasta puntos de venta especializados y boutiques de referencia en sus respectivos países. Entre ellos se encuentran profesionales de Europa, América, Asia, África y Oceanía, que buscan las últimas novedades en moda infantil, calzado, puericultura, juguetes y productos afines.

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid celebra su edición otoño-invierno del 19 al 23 de febrero de 2025

IFEMA MADRID, con la colaboración del Ayuntamiento de Madrid, organizará del 19 al 23 de febrero de 2025 una nueva edición de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, que celebra sus 40 años sobre la pasarela, tras alcanzar en la pasada convocatoria su 80 edición con gran éxito de participación y propuestas. Esta nueva cita estará enfocada a la presentación de las colecciones de Otoño/Invierno 2025/2026.



En esta edición, la organización de MBFWMadrid celebrará su inauguración oficial el martes 18 de febrero reseñando sus 40 años. A continuación, el miércoles 19, volverá con los Desfiles en la Ciudad en diferentes localizaciones de Madrid.

A partir del jueves 20 de febrero, los más de treinta desfiles programados se desarrollarán en el pabellón 14.1 de IFEMA MADRID. Como es tradicional, la última jornada correrá a cargo de diseñadores emergentes.

MBFWMadrid, organizada por IFEMA MADRID con el apoyo del Ayuntamiento de Madrid, cuenta con la participación de empresas fieles a la cita, comprometidas con el sector de la moda española, como Mercedes-Benz, L'Oréal Paris e Inditex, que están presentes como Patrocinadores Principales; Iberia y MO de Multiópticas estarán presentes como Patrocinadores y GHD, Comunidad de Madrid, Malaga de Moda, junto a la identidad corporativa de Diputación de Málaga, Udit, Universidad de Diseño, Innovación y Tecnología y Schwegges como colaboradores.

Descubre las últimas tendencias para tu negocio de moda en MOMAD

La paleta cromática que veremos en la próxima temporada estará marcada por tonos cálidos y naturales, entre los que destacan el marrón, rojo oscuro, verde oliva, beige y blanco.



Con la vista puesta en el año 2025, IFEMA MADRID se prepara para acoger la nueva edición de MOMAD, el Salón Internacional de la Moda, Calzado y Accesorios, que abrirá sus puertas del 7 al 9 de febrero de 2025.

Consolidado como un evento exclusivo para el sector retail y los profesionales de la moda, la próxima edición de MOMAD se presenta como el escaparate de las novedades que marcarán las temporadas de otoño/invierno 2025-26 y primavera/verano 2025, además de colecciones atemporales, cada vez más demandadas en la industria. Sus propuestas destacan por su creatividad, vanguardia y compromiso con el entorno, reflejados en prendas que combinan funcionalidad y una conexión emocional con el consumidor.

"Si es nuevo está en MOMAD"

Bajo este claim llega una nueva edición, donde aterrizan prendas minimalistas, con una paleta cromática dominada por tonos cálidos y naturales. Destacando colores como el marrón, rojo oscuro, verde oliva, beige y blanco, con ellos las prendas evocarán la estética de los años setenta y noventa, recuperando la esencia de dos décadas que sigue marcando tendencia en la moda contemporánea.

La gama de tonos tierra también se traslada al sector del calzado, donde el diseño funcional y versátil se convierte en una prioridad. Botas de caña alta, mocasines o los sneakers volverán a ser tendencia y se perfilan como los imprescindibles de la temporada otoño/invierno 2025, mientras que los acabados envejecidos y los detalles metálicos añadirán un toque de carácter y personalidad a las colecciones.

Los accesorios, inspirados en los años noventa, incluyen cinturones anchos y gafas geométricas, con tonos cálidos y detalles metálicos que fusionan lo clásico y lo moderno.

MOMAD se desarrollará del 7 al 9 de febrero y lo hará simultáneamente con Intergift, del 5 al 8 de febrero; Bisutex y Madridjoya, del 6 al 9 de febrero.

Madridjoya febrero 2025: abierto el registro profesional para obtener acreditaciones de visitantes

El Salón internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia vuelve del 6 al 9 de febrero para presentar las nuevas colecciones de cara a la campaña estival.



Ya está disponible en la web de Madridjoya, el Salón internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia, el registro profesional para visitar este evento. Con un servicio que permite a los profesionales del sector joyero registrarse como visitante y estar informado sobre sus programa, actividades, contenidos y servicios.

El mundo de la joyería se reunirá en Madrid del 6 al 9 de febrero en Madridjoya, el evento profesional organizado por IFEMA MADRID para fomentar nuevas relaciones comerciales. Esta edición se llevará a cabo en el pabellón 6, donde convivirá con el espacio Cash&Carry, diseñado con zonas bien diferenciadas para optimizar la experiencia de los asistentes. Además, Madridjoya no solo será un punto de encuentro para el sector joyero, sino que también incorporará una variada oferta de sectores complementarios, consolidándose como una cita imprescindible.

El Salón ofrecerá la oportunidad de conocer las novedades en alta joyería y las piezas más casuales para la próxima temporada primavera y verano. En cuanto a las tendencias, dominarán desde los estilos más llamativos hasta los más minimalistas.

Vuelve el oro amarillo con fuerza; se consolida las piezas XL geométricas; piezas inspiradas en la naturaleza, y más concretamente en el mar; joyas con perlas y gemas de colores, desde esmeraldas y zafiros hasta piedras semipreciosas más accesibles. La sostenibilidad sigue marcando la pauta, y la joyería no es la excepción. Cada vez más firmas optan por materiales reciclados y procesos de producción responsables.

La celebración de Madridjoya coincidirá con las ferias Intergift, entre los días 5 y 8, Bisutex, entre el 6 y 9 y MOMAD, entre el 7 y el 9 de febrero.

Intergift presenta el Concurso "Mejores Proyectos de Interiorismo"

El Salón Internacional del Regalo y Decoración pone en marcha esta convocatoria en las siguientes categorías: Residencial, Contract y Comercios.



Intergift, el Salón Internacional del Regalo y Decoración presenta una de las grandes novedades de su próxima edición: el Concurso Mejores Proyectos de Interiorismo de Intergift, con el que pretende así reconocer el talento y potenciar la visibilidad de los profesionales en el diseño de interiores.

Este concurso, dirigido a interioristas, arquitectos y diseñadores, se presenta con tres categorías; Residencial, Contract y Comercios. Podrán inscribirse aquellos proyectos que hayan sido ejecutados en los últimos cinco años y que no hayan sido premiados anteriormente. El plazo de presentación de solicitudes para participar en este concurso finalizará el próximo 21 de enero. Los ganadores se anunciarán, en exclusiva, en el evento que se celebrará en el marco de la feria el día 5 de febrero en el pabellón 1 de Editores textiles y tendrán la oportunidad de presentar sus proyectos en el espacio Speaker's Corner de Intergift,

Los ganadores, además, formarán parte de la campaña de comunicación de Intergift donde obtendrán una destacada visibilidad en medios y redes sociales, poniendo de manifiesto la calidad de los proyectos y tendrán la oportunidad de abrir puertas hacia el mercado del interiorismo, con la difusión de estos proyectos innovadores y creativos.

¿Cómo participar?

La convocatoria está abierta a todos los diseñadores de interiores y las bases del concurso y el formulario de inscripción están disponibles en la página web del concurso:

Descubre las bases de la convocatoria del Concurso Mejores Proyectos de Interiorismo de Intergift.

Edición 85 de Intergift, un marco de inspiración y tendencia

El Concurso Mejores Proyectos de Interiorismo de Intergift se desarrollará en el contexto de la 85ª edición de Intergift, donde se reúnen destacados profesionales y marcas de decoración, diseño e interiorismo, consolidándose como una cita imprescindible para descubrir tendencias y establecer conexiones clave.

Intergift se celebrará del 5 al 8 de febrero, con el sector Editores Textiles. A continuación, comenzarán Bisutex y Madridjoya, del 6 al 9, y tras estas ferias MOMAD, durante los días 7, 8 y 9, del mes de febrero de 2025, en IFEMA MADRID.

Ferias

Micam lanza la nueva campaña de comunicación 'Game Changers' que pone en valor a zapateros como verdaderos protagonistas de la revolución del estilo

MICAM lanza su nueva campaña de comunicación: de cara a la esperada edición del 23 al 25 de febrero en Fiera Milano, el nuevo concepto creativo pretende contar la historia del dominio y la innovación del sector del calzado italiano en el mundo, confirmación del sello de HECHO EN ITALIA.



Innovadores, resilientes, capaces de reescribir el pasado sin olvidar la tradición. Los fabricantes de calzado son así y MICAM, el Salón Internacional del Calzado previsto en Fiera Milano del 23 al 25 de febrero, sale al campo con una nueva campaña de comunicación para promover su excelencia.

«Hemos decidido dedicar la comunicación institucional del evento a las personas extraordinarias que animan desde dentro el sector del calzado con una maestría, una competencia y una sabiduría que dejan su huella. Los zapateros son los custodios de una antigua tradición, pero al mismo tiempo los protagonistas de la innovación constante: temporada tras temporada, transforman este legado introduciendo nuevos materiales, técnicas de vanguardia y anticipando audazmente las tendencias de diseño y estilo con la mirada puesta en la sostenibilidad. Por eso queremos celebrarlos como verdaderos 'Game Changers', colocando este concepto en el centro de la nueva campaña de comunicación», declara con orgullo Giovanna Ceolini, presidenta de

MICAM y Assocalzaturifici.

Ser «Game Changers» significa poner las nuevas ideas en el centro y estar preparados para crear e innovar la dinámica del mercado, la verdadera dimensión crítica del cambio. Precisamente por eso MICAM celebra a todas las empresas más importantes del sector de fabricación de calzado, que invierten en innovación y exploran nuevos horizontes para hacer aún más distintivo y único un sector en constante evolución.

Los comerciantes y productores de este sector único desafían los convencionalismos del pasado día tras día, edición tras edición, comprendiéndolos a fondo para innovarlos y el evento quiere reforzar su posición como punto de referencia para todos aquellos que miran hacia el futuro, futuro con cuidado, capaces de ser resilientes ante las dificultades, dispuestos a reinventarse cada vez para afrontar cada nuevo desafío con valentía, determinación y gran pasión.

La cita con MICAM Milano es del 23 al 25 de febrero en Fiera Milano.

Salón Internacional de la Lencería e Interfilière París: innovación y tendencias para 2025

Del 18 al 20 de enero de 2025, París será el epicentro de la moda íntima en el Hall 3 de la Porte de Versailles.

Considerado líder mundial en el mercado de moda íntima, el Salón Internacional de la Lencería es una plataforma que conecta a marcas consolidadas, jóvenes diseñadores y compradores de grandes almacenes, boutiques y resorts. Este año, la feria contará con una escenografía innovadora diseñada por el Studio Costa-Molinos, que aportará un estilo elegante y minimalista, destacando la creatividad del sector.

Por su parte, Interfilière París seguirá siendo el punto de referencia para materiales, accesorios y abastecimiento del sector textil, atrayendo tanto a grandes cadenas como a casas de lujo. En esta edición, se presenta The Creative Hub, un espacio que fomentará la colaboración entre diseñadores, artesanos e innovadores comprometidos con la sostenibilidad.

Entre las novedades más destacadas, se encuentra The Lingerie Shop, un espacio diseñado como un concept store donde los visitantes podrán descubrir los productos estrella de la temporada.



Expo Riva Schuh & Gardabags revalida su posición como referente internacional de gran distribución en la industria del calzado y accesorios

Roberto Pellegrini, presidente de Riva del Garda Fierecongressi, explica: "La feria sigue atrayendo a profesionales del sector de todo el mundo. Los expositores proceden de 36 países, mientras que los visitantes representan a unas 100 naciones: el 80% de Europa, el 12% de Asia, con una asistencia estable de América y Oceanía, y un notable aumento de visitantes de África".



El evento de Riva del Garda concluye con 9.000 asistentes, en línea con las cifras de enero de 2024, de aproximadamente 100 países. La satisfacción de los expositores superó las expectativas, con 1.100 participantes de 36 países que informaron excelentes resultados, mientras que los 19 eventos orientados a los negocios disfrutaron de una gran participación.

Se anticipa un futuro brillante para el evento, marcado por el anuncio de un nuevo formato de Gardabags y planes para expandir el centro de exposiciones.

Al tomar curvas cerradas, es crucial evitar frenar para mantener la trayectoria y luego acelerar con confianza al salir. Un principio bien entendido por los organizadores de Expo Riva Schuh & Gardabags, que hoy concluyen una edición marcada por sólidos resultados a pesar de las difíciles condiciones del mercado. Si bien la crisis económica mundial ha planteado dificultades, el evento mostró su fortaleza para fomentar una comunidad próspera. Riva del Garda sigue siendo un centro donde florecen las asociaciones comerciales y las conexiones humanas duraderas, trascendiendo las diferencias culturales.

Expo Riva Schuh & Gardabags sigue siendo una plataforma vital para facilitar oportunidades de negocio, conectar la oferta con la demanda, ofrecer información sobre las tendencias de consumo, explorar los principales mercados internacionales y presentar innovaciones minoristas.

Lo más importante es que sigue invirtiendo y anticipándose al futuro. Este mes de junio se lanzará un formato innovador de Gardabags, mientras que en los próximos dos años se iniciarán las obras para ampliar el centro de exposiciones.

El número de asistentes se mantuvo estable, igualando los 9.000 visitantes de enero de 2024. Los compradores tuvieron la

oportunidad de explorar las colecciones de 1.100 expositores, entre empresas y marcas.

Un total de 19 eventos proporcionaron a los profesionales del sector información esencial sobre las tendencias del mercado, las oportunidades de negocio y los desarrollos.

Cifras que subrayan cómo Expo Riva Schuh & Gardabags sirve como un punto de referencia indispensable para la industria del calzado y los accesorios y más allá. Según Alessandra Albarelli, directora general de Riva del Garda Fierecongressi: "Ser los primeros en abrir la temporada de invierno 2025/26 es, sin duda, una estrategia ganadora, muy valorada por los compradores. Incluso en esta 102.ª edición, la amplia gama de colecciones internacionales, junto con proveedores que ofrecen tanto marcas blancas como de marca, en una variedad de rangos de calidad y precio, ha demostrado ser la clave del éxito".

Un sentimiento que comparten los compradores, como Tracy Tao, de Yifu Garment en China: "Represento al minorista de ropa más grande de China con 3.500 tiendas. El año pasado, nos expandimos a los mercados occidentales con tres tiendas en París y una en Nueva York. Aquí en Riva del Garda, buscamos accesorios de moda, zapatos y bolsos de alta calidad fabricados en Europa a precios competitivos, un requisito clave. Nuestro objetivo es aumentar el valor promedio de las transacciones para nuestros clientes y ofrecer accesorios complementarios junto con nuestras colecciones de ropa en las tiendas chinas".

Las impresionantes cifras confirman aún más el papel de Expo Riva Schuh & Gardabags como centro mundial de calzado y bolsos. Roberto Pellegrini, presidente de Riva del Garda Fierecongressi, explica: "La feria sigue atrayendo a profesionales del sector de todo el mundo. Los expositores proceden de 36 países, mientras que los visitantes representan a unas 100 naciones: el 80% de

Europa, el 12% de Asia, con una asistencia estable de América y Oceanía, y un notable aumento de visitantes de África".

Expo Riva Schuh & Gardabags ha demostrado una vez más que una feria puede ser más que un escenario ideal para realizar pedidos; es también una oportunidad vital para adquirir conocimientos y crear una red de relaciones valiosas.

Anuncios y novedades: un nuevo formato para Gardabags y una ampliación del centro expositivo

La edición de enero de 2025 de la feria Riva también sirvió como escenario para varios anuncios importantes.

En primer lugar, la introducción de un nuevo formato para Gardabags, que, a partir de junio de 2025, ocupará los pabellones A2 y B2 de la feria.

Estos pabellones se dividirán en tres áreas, adaptadas a los hábitos de búsqueda de los compradores, lo que facilitará la conexión entre la oferta y la demanda. Un nuevo concepto que contará con instalaciones elegantes e inspiradas en la moda. Otra novedad importante es la duplicación de la oferta expositiva, con colecciones de hasta 100 empresas y marcas.

En cuanto a la inversión y el desarrollo del recinto ferial, está previsto que las obras comiencen pronto. La ampliación del pabellón B1 se inaugurará a principios de junio de 2025 y, en 2028, se construirá un nuevo edificio de dos plantas. Esto proporcionará aún más espacio para mostrar la selección más amplia y diversa de colecciones de calzado, bolsos y accesorios del escenario mundial.

Expo Riva Schuh & Gardabags se prepara para un camino prometedor y de alta velocidad en los próximos años. La próxima oportunidad de presenciar este impulso será del 14 al 17 de junio de 2025, con la 103.ª edición.



IFA - ELCHE - ALICANTE **SPAIN**

FUTURMODA

FASHION TREND SELECTION THE BEST FOR SHOES & BAGS

53 EDITION

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO

MARZO
2025

12 y 13

SPRING · SUMMER 26

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

WWW.FUTURMODA.ES

SPECIAL **MACHINERY** 

 FIRA ALACANT

 **aec**
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO

 Excelentísimo AYUNTAMIENTO de ELCHE

 Ayuntamiento de Elda

 GENERALITAT VALENCIANA
Conselleria de Innovación, Industria, Comerç i Turisme

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

