

PUNTO MODA

NÚMERO 364 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

Lencería para el dolor de espalda: Ideal Posture de Playtex

Daylong, nueva línea atemporal de Longchamp

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:
Morrison: Colección MOMA

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



Eduardo Calabuig, nuevo director general del Centro Tecnológico del Calzado INESCOP



Eduardo Calabuig asume la dirección general de Inescop tras un periodo de 6 años desarrollando su actividad como subdirector de la unidad de Fabricación Avanzada del centro tecnológico. Calabuig es doctor en Informática por la Universidad de Alicante y cuenta con más de 18 años de experiencia en el sector, habiendo trabajado previamente como investigador y desarrollador de herramientas CAD/CAM para diseño 3D de calzado. Como subdirector ha coordinado y gestionando el área

de Fabricación Avanzada y participado activamente en acciones de consultoría a empresas relacionadas con las nuevas tecnologías y la Industria 4.0. También ha colaborado en diversos proyectos I+D+i tanto europeos, como nacionales y regionales, además de participar en congresos, ferias, publicaciones científicas y eventos relacionados con la industria del calzado.

Calabuig dará continuidad a la estrategia del centro. En esta, la I+D jugará un papel muy importante. En este sentido, el nuevo director ha afirmado que el propósito de Inescop es "estar al lado de las empresas y generarles valor a través de la transferencia de conocimiento y tecnologías". Además, el recién estrenado director ha recordado que "moldear el futuro de la industria del calzado", es su razón de ser.

Para ello, cuenta con un equipo multidisciplinar de más de 120 profesionales comprometido con la misión del centro de ser el aliado estratégico de las empresas de calzado y afines ofreciendo soluciones, conocimiento y tecnologías innovadoras para mejorar su competitividad.

El presidente del Gremio de Fabricantes de Sabadell, Esteve Gené, entrega los premios "Floc de Llana 2024" en el transcurso de los actos de conmemoración de la festividad de San Sebastián

El presidente del Gremio de Fabricantes de Sabadell, Esteve Gené, entregó el pasado 20 de enero los premios "Floc de Llana 2024" en el transcurso de los actos de conmemoración de la festividad de San Sebastián, patrón de la entidad.

Los galardones de esta 9ª edición de los reconocimientos "Floc de Llana" son:

- FLOC DE LLANA a la empresa textil FOLGAROLAS TEXTIL, SA
- FLOC DE LLANA al empresario JOSEP MORÉ I PRUNA
- FLOC DE LLANA al empresario JOAN GINESTÀ I COLELL
- FLOC DE LLANA al SR. JOSEP M. BOTET I FREGOLA
- FLOC DE LLANA al SR. JOSEP CASAMARTINA I PARASSOLS
- FLOC DE LLANA a la entidad social CIPO

- Distinción FLOC DE LLANA a una entidad de Sabadell. Por su contribución a la Ciudad en 2024 que se otorga al equipo que ha hecho posible SABADELL, CAPITAL DE LA CULTURA CATALANA 2024.

Tendam financia la compra de nuevos termómetros para medir el impacto del cambio climático en las praderas de Posidonia en las islas Pitiusas



Hoss Intropia y la Fundación IbizaPreservation comienzan su primera alianza con el objetivo de dar seguimiento a la monitorización anual del estado de 1.236m² de Posidonia oceánica en las islas Pitiusas. Gracias a la donación, de cerca de 20.000 euros, la fundación ha podido financiar por tercer año consecutivo un estudio llevado a cabo por la entidad ambiental GEN-GOB de las praderas en distintos lugares de Ibiza, además de la compra de termómetros para facilitar la medición de la temperatura del agua y su impacto en el estado de conservación de esta planta marina, que desempeña un papel vital en el ecosistema.

Hoss Intropia lanzó un producto solidario el pasado verano, un pareo de edición limitada, con el objetivo de recaudar fondos para la fundación balear. El 100% de los beneficios obtenidos de la venta de este producto han sido destinados a financiar estos proyectos medioambientales.

Según la directora de IbizaPreservation, Inma Saranova, "esta colaboración es fundamental para seguir profundizando en el estado de conservación de la pradera de Posidonia de Ibiza, declarada Patrimonio de la Humanidad por su incalculable valor ambiental y que necesita de toda la ayuda posible para seguir siendo el auténtico pulmón del Mediterráneo".

Desde 2021, la marca de moda ha logrado proteger más de 80.000m² de las praderas de la posidonia, cuidando las aguas cristalinas y el bienestar del ecosistema de las islas Pitiusas.

Blue Banana cierra 2024 con 24 millones de euros, un 24% más que el año anterior, y apunta a los 33 millones para 2025



Blue Banana ha concluido 2024 con un crecimiento del 24%, alcanzando una facturación total de 24 millones de euros, lo que supone un incremento de 4,7 millones respecto al ejercicio anterior. Del total de ingresos, un 31% proviene de las ventas online, un 44% de sus tiendas físicas, un 19% de los corners en El Corte Inglés, y el 6% restante de otros canales. Además, por segundo año consecutivo, las ventas en tiendas físicas han superado a las del canal digital.

La marca de moda outdoor y aventura ha avanzado notablemente en su estrategia omnicanal, con la apertura de 10 nuevas tiendas en España. Esto eleva su total de puntos de venta propios en el país a 23, entre las que destacan la reciente inauguración de su flagship en la calle Fuencarral de Madrid y la nueva tienda en la Rambla de Catalunya, en Barcelona, con un espacio de 500 metros cuadrados y dos plantas dedicadas a la aventura, el deporte y la fotografía. Por otro lado, gracias al acuerdo comercial que tiene con El Corte Inglés, Blue Banana ha estrenado en 2024 9 corners, con lo que ya cuentan con 20 a nivel nacional.

Además, durante el ejercicio pasado, Blue Banana dio pasos significativos en su expansión internacional, inaugurando sus primeros establecimientos propios fuera de España. En México, la firma abrió a principios de año una tienda en Ciudad de México a la que le siguió otra en Monterrey y varios corners en los famosos almacenes Liverpool. Más cerca de nuestras fronteras, la marca estrenó recientemente su primer local en Lisboa, en el centro comercial de Vasco de Gama, que se sumó a corners en El Corte Inglés de la capital portuguesa y en el de Oporto. Además, Blue Banana fortaleció su presencia en tiendas multimarca, incorporando puntos de venta en Andorra, Portugal y Uruguay, que se unieron a los que ya funcionaban en Andorra y Puerto Rico.

A nivel online, la firma de la X estrenó web con un diseño acorde a su misión, que pasa por inspirar a través de la aventura. Además, su página funciona en Europa y tiene versiones específicas para los mercados portugués y mexicano.

El centro comercial Puerto Venecia cierra 2024 superando los 20,4 millones de visitantes y una superficie de 16.000 m2 de novedades comerciales



Con más de 16.000 m2 de novedades comerciales y superando la cifra de los 20 millones de visitantes, así podría resumirse el cierre de año y balance de 2024 para Puerto Venecia.

Por un lado, trece nuevas marcas han abierto nuevos locales en el shopping resort en los últimos meses: Action, Ecoalf, Basketball Emotion, Bed's, Tramas+, Ale Hop, miramira, Leone Pizzería, Mango Teen, Halfprice, MGI, New Yorker y Arenal. Además, a lo largo de estos últimos 12 meses destacados operadores ubicados en la galería comercial han ampliado sus locales o han llevado a cabo reformas completas, como Stradivarius, Pull&Bear, Le Petit Croissant, Mango o la gran ampliación de Ilusiona con casi 6.000m2 de ocio. Estas aperturas y reaperturas supusieron en 2024 más de 16.000 m2 de novedades en la oferta comercial del centro. Todos estos cambios han supuesto una inversión en la remodelaciones de los locales que asciende a más de 14.000.000 euros por parte de las marcas.

GUESS JEANS se lanza en India en asociación con Tata CLiQ

Guess? Inc., que opera la marca GUESS en India a través de su filial Guess? India Pvt Ltd, lanzará GUESS JEANS, una marca californiana de estilo de vida en denim, en el país mediante una asociación estratégica de franquicia a largo plazo con la plataforma de comercio electrónico multicategoría del Grupo Tata, Tata CLiQ (Tata UniStore Limited).

Como parte de esta asociación, Tata CLiQ será el minorista oficial de GUESS JEANS en India, ampliando su presencia minorista a través de tiendas físicas junto con escaparates digitales, construyendo así una presencia omnicanal para la marca.

Nicolai Marciano, Director de Desarrollo de Nuevos Negocios en Guess Inc., concibió y lanzó la marca GUESS JEANS. Conocida por su calidad, estilo y compromiso con la sostenibilidad, GUESS JEANS está lista para cautivar al exigente consumidor indio. La asociación de la marca con Tata CLiQ garantiza una experiencia de compra sin complicaciones, permitiendo a los consumidores con sentido de la moda acceder fácilmente a las últimas colecciones.

La colaboración entre GUESS JEANS y Tata CLiQ jugará un papel crucial en la expansión de los canales de distribución, apoyando la estrategia de GUESS JEANS para desplegar su red de tiendas en todo el país. Esta expansión marca un hito significativo, no solo para GUESS JEANS sino también para el negocio de Guess? Inc.



IKKS Men presenta su colección P/V 2025



Curiosos y abiertos de mente, los hombres IKKS están conectados con el mundo que les rodea. Audaces, desafían los códigos para reinventarlos a su imagen. Las colecciones Mujer, Hombre y Júnior para Primavera-Verano 25 presentan un estilo urbano, con un chic sin esfuerzo y un elegante mix & match.

P.A.R.O.S.H. la firma italiana de moda, anuncia su nueva colección SS25



La firma de moda italiana P.A.R.O.S.H. presenta su nueva colección SS25 a través de una gran selección de básicos imprescindibles para la próxima temporada Primavera/Verano. Las propuestas destacan por su elegancia atemporal, sofisticación, calidad y confort.

La paleta cromática de esta colección abarca desde tonos clásicos como el blanco y el negro hasta tonos vibrantes como azul, verde, rojo y rosa.

Grey is the new black: AllSaints tiene el look perfecto para la vuelta a la rutina



La colección de invierno de AllSaints combina prendas sofisticadas y atemporales con un toque rockero que enamora. El gris es el nuevo negro y la marca londinense lo sabe. Esta temporada atrévete con el total grey y triunfa allá donde vayas.

Triphasic Reaccional de René Furterer: anticaída y crecimiento del cabello



La caída reaccional, fenómeno temporal, se caracteriza por una pérdida MASIVA Y BRUTAL de todo el cabello y afecta principalmente a las mujeres. Muy perturbadora, sobre todo porque puede ser masiva, a menudo causa ansiedad y puede afectar a la autoestima.

Diferentes factores, la mayoría de las veces de origen exógeno, provocan esta caída que generalmente ocurre de 2 a 4 meses después de un acontecimiento o cambio significativo.

La causa: un periodo de estrés o exceso de trabajo, choque emocional, mala calidad de sueño, cambio de estación o incluso cambios hormonales (embarazo, menopausia).

Pero buenas noticias, hay una solución eficaz para combatir la caída reaccional:

TRIPHASIC, el anticaída más vendido en Francia en farmacia durante 21 años consecutivos*. (* IQVIA - Pharmatred. Mercado de los tratamientos cosméticos anticaída del cabello excepto AMM en farmacia, en Francia, años 2003 a 2023, en volumen).

Nueva fórmula profesional pro-queratina.

Pionero en la investigación científica del ciclo de vida del cabello, René Furterer no ha dejado de investigar para desarrollar fórmulas cada vez más innovadoras, vanguardistas y eficaces.

'Ph make up' o porqué el maquillaje personalizado es el futuro y un nuevo lanzamiento



La industria de la belleza ha dado un paso hacia la personalización total con la creciente popularidad de productos de maquillaje que reaccionan al pH de la piel, ajustándose de manera única a cada usuario. Este tipo de productos, como labiales y coloretes, prometen tonos personalizados que realzan la belleza natural, ofreciendo un acabado único para cada persona. Inma Novillo, responsable de marketing de You Are The Princess confirma esta tendencia, "se han convertido en tendencia porque ofrecen una experiencia personalizada y única, algo que el consumidor actual valora enormemente. En un mundo donde buscamos destacar nuestra individualidad, estos productos prometen un acabado que no es genérico, sino específico para cada persona".

Drip for my Lip Plumping pH Lip Oil de You Are The Princess.

Este contiene una combinación de ingredientes activos clave que trabajan en conjunto para nutrir y restaurar la barrera lipídica de los labios: principios activos conocidos por su capacidad para atraer y retener la humedad, evitando que se resequen o agrieten.

Redondo Brand presenta REDONDO Eau de Parfum



Para una mujer ecléctica y con personalidad, siguiendo los patrones de la esencia de la propuesta textil.

Una fragancia cautivadora floral afrutada que entrelaza la esencia de los tesoros de la naturaleza en una sinfonía armoniosa para los sentidos.

Empieza con una salida fresca donde la bergamota de Calabria se une a la pera jugosa y la pimienta rosa que le da un toque de sofisticación.

En el corazón, se descubre un ramo de flores elegante y romántico compuesto de lirio de los valles, suaves y sedosos pétalos de rosa, y la violeta brillante.

La estela se vuelve cálida y sensual gracias a una nota de pachuli de la India acompañado de la vainilla blanca y de ciclamen con un olor dulce y ligeramente húmedo.

Jorge Redondo, director creativo, ha proyectado el tapón y frasco con un compromiso fiel de seguir imprimiendo de diseño cada uno de los productos que ofrece. El color rojo, tan característico de la firma, tiñe el tapón con formas orgánicas y fabricado en cerámica esmaltada con acabado brillo, dándole gran protagonismo. En el frasco encontramos líneas más puras y sencillas, al igual que en la etiqueta de color blanco y negro con una textura rugosa evocando los papeles más tradicionales.

Klorane Champú Seco de Ortiga: libera el cuero cabelludo del exceso de grasa al instante



Klorane, marca N°1 en champús secos en las farmacias de Europa1, reinventa su imprescindible Champú Seco con Ortiga y Vitamina E para cabellos y cueros cabelludos grasos o con tendencia a engrasarse. Para combatir el exceso de sebo, su nueva fórmula extrae su poder purificante de una combinación única de Ortiga Medicinal seborreguladora, Vitamina E antioxidante y polvos ultra absorbentes ultraabsorbentes de origen natural.

El champú seco purificante a la ortiga y vitamina E, limita la producción de sebo, limpia la raíz y purifica cabello graso durante 24 horas*.

APLICACIÓN:

Agitar el champú seco antes de usarlo.

Pulverizar por mechones a 15 cm del cuero cabelludo y dejar actuar durante 2 minutos.

Para retirarlo, cepillar bien o utilizar un secador de pelo para eliminar cualquier residuo

1. Datos de IQVIA - Mercado europeo de champú seco para farmacias (Alemania, Austria, España, Francia, Grecia, Italia, Polonia, Portugal, Eslovaquia, Suiza, República Checa, Bulgaria)

* Estudio de tolerancia/eficacia, efecto percibido, 44 sujetos, 3 aplicaciones por semana durante 22 días.

HD EPIILIFT Contorno de Ojos: la solución definitiva de tu mirada este invierno



HD Cosmetic Efficiency presenta HD EPIILIFT Contorno de Ojos, un tratamiento tópico avanzado, diseñado para reafirmar la piel del contorno de ojos, reducir la apariencia de bolsas y ojeras y lograr un efecto lifting inmediato. Complementado con HD EPIILIFT Mousseine como crema hidratante para el resto del rostro, se convierte en la mejor opción para mantener tu piel protegida y radiante durante los meses más fríos.

Jean Louis David: huella capilar cero con este tratamiento detox que tu melena necesita

Un tratamiento que da comienzo con el champú Go Green, formulado para limpiar de manera suave pero efectiva, eliminando impurezas y preparando el cabello para la etapa siguiente.

La segunda fase implica la aplicación del bálsamo Go Green, una experiencia de hidratación intensa que los expertos realizarán con un pincel exclusivo de los salones de belleza Jean Louis David.



Lencería para el dolor de espalda: Ideal Posture de Playtex



Su estructura cruzada en la espalda permite mejorar la postura colocando los hombros hacia atrás para garantizar una correcta postura del busto. Por otro lado, los tirantes anchos potencian la comodidad. El sujetador Ideal Posture de Playtex está disponible en color negro y blanco, ambos con un discreto y elegante encaje gráfico, perfecto para combinar con las bragas a juego que completan el conjunto. Y todavía hay más: para las mujeres con pecho grande, este sujetador está a la venta hasta la copa E.

Bloom, las primeras braguitas menstruales de INTIMINA



¿Por qué las braguitas menstruales son un sí?

Tener un control total de la menstruación puede ser algo complicado, ya que siempre se nos puede olvidar un tampón de repuesto o no tener un lugar dónde vaciar la copa. Por eso, la ropa interior menstrual está diseñada para combinar la absorción de la humedad y el control de olores. Las braguitas menstruales de INTIMINA están fabricadas con capas absorbentes que ofrecen comodidad y seguridad. Son reutilizables, sostenibles y seguras para el cuerpo: no hay riesgo de síndrome de shock tóxico y se pueden usar solas (incluso con un flujo abundante) o con otros productos menstruales. Las braguitas menstruales de INTIMINA, fabricadas con algodón orgánico, libres de químicos, tintes y fragancias dañinas, pueden almacenar el equivalente a 4 tampones normales por uso.

Además, las bragas menstruales son una opción ideal para diversas necesidades o momentos de la vida de las mujeres, especialmente para aquellas que se encuentran en el posparto, niñas que están comenzando a usar productos de higiene menstrual y para quienes prefieren evitar métodos que requieren inserción vaginal.

sloggi EVER Infused Camomille: la ropa interior que cuida tu piel con infusión de manzanilla



Esta innovadora serie viene infundada con ingredientes beneficiosos para el bienestar y el cuidado personal, contenidos en cápsulas dentro del propio tejido. Las cápsulas se rompen al llevar la prenda, liberando las buenas sensaciones directamente en la piel. Y dura y dura, infundiendo a nuestra piel ingredientes relajantes durante todo el otoño y el invierno.*

EVER Infused con aloe vera - parte de la gama permanente - está diseñado para suavizar, aliviar y calmar la comodidad. Y, sólo para AW24, también hay estilos infundados con camomila calmante - el elemento que te deja a ti y a tu piel relajados. Está disponible en azul, que añadirá un poco de energía a cualquier armario.

*hasta 20 lavados

son**t**ress **SLIM** naturalmente

**LINIA ACC CON TEJIDO
ALTA DENSIDAD FORTE
ACTIVE TECHNOLOGIC**

**ANTICELULITICO
ADELGAZANTE
REDUCTOR**

son**t**ress **SLIM**

**SIEMPRE
GUAPA**

SIEMPRE ACTIVA

SIEMPRE SANA

[www.son**t**ress.com](http://www.sontress.com)

Lorpen relanza su marca con un nuevo diseño y colorido de calcetines, una nueva segmentación de producto y la sostenibilidad y durabilidad como bandera



En su colección Otoño-Invierno 2025, Lorpen sorprende con un relanzamiento de marca. Un cambio que se palpa en el nuevo look de sus calcetines, una nueva segmentación de producto y un mensaje claro y directo: sus productos están fabricados de forma sostenible y para que duren para siempre. Su gran calidad hace que tengan garantía de por vida y, además, buscan un bajo impacto ambiental, al utilizar materiales certificados, reciclados, reutilizados o biodegradables.

A primer golpe de vista, ya se aprecia un nuevo diseño y colorido, llamativo y atractivo, que atiende a las tendencias actuales y marca el estilo de la nueva Lorpen. Un diseño diferenciado según las categorías de producto que ofrece la marca en el mercado: Outdoor Mountaineering, Trail Running, Running, Ski y, a parte, los Baselayers.

Lion of Porches presenta su exclusiva colección cápsula diseñada en colaboración con la Federación Portuguesa de Deportes de Invierno (FDI)



Lion of Porches une fuerzas con la Federación Portuguesa de Deportes de Invierno (FDI) para lanzar una exclusiva colección cápsula de edición limitada, diseñada especialmente para atletas del equipo nacional y amantes de los deportes de invierno. Este proyecto único combina el estilo inconfundible de Lion of Porches con la funcionalidad y el alto rendimiento técnico que exige la práctica de deportes en condiciones extremas.



ESPECIALISTAS EN
ZAPATILLAS URBANAS



Foot on Mars
sneaker store



@FootOnMars



www.footonmars.com

PANTER reconocida con el Premio a la Mejor Industria por la Cámara de Comercio de Alicante



Reconocimiento al esfuerzo y al compromiso con la calidad de PANTER, el premio fue recogido por Rocío, Ramón y Visen Pajares, CEOs de PANTER®, quienes subrayaron la importancia de este galardón como un reflejo del esfuerzo y la dedicación de todo el equipo humano de la empresa. En sus palabras: “Este reconocimiento reafirma nuestro compromiso con la fabricación de calidad, la innovación y la sostenibilidad, pilares que guían nuestro trabajo diario”.

Durante la gala, además, se rindió homenaje a las Fuerzas Armadas, las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado, los bomberos y los equipos de emergencia, reconocidos como “Héroes de la DANA de Valencia” por su compromiso, esfuerzo e incansable labor durante los devastadores efectos provocados por la DANA que afectó a Valencia.

El Premio a la Mejor Industria de la Cámara de Comercio de Alicante pone en valor la trayectoria de PANTER® como empresa referente en el sector, destacando su capacidad de innovación constante, su compromiso con la sostenibilidad y su dedicación a ofrecer calzado que cumple con los más altos estándares de seguridad, al mismo tiempo que cuida del medio ambiente y fomenta el desarrollo sostenible.

El Ayuntamiento de Elche nombra Hijo Adoptivo al fundador de Pikolinos Juan Perán Ramos

La Junta de Gobierno Local ha acordado conceder el título de Hijo Adoptivo de Elche a Juan Perán Ramos, nacido en Lorca, pero residente en Elche desde los 13 años y fundador de Pikolinos, que ha llegado a ser un referente en el mundo del calzado y ha alcanzado un prestigio internacional extraordinario en las últimas décadas.

La concesión de Hijo Adoptivo es la máxima distinción que otorga el Ayuntamiento de Elche a aquellos ilicitanos nacidos en otras ciudades con la que se reconoce sus cualidades personales o méritos señalados y singularmente sus servicios en beneficio, mejora u honor de Elche.

“Juan Perán es una persona que engloba todos los valores que tiene nuestra ciudad y un profesional que ha llevado el nombre de Elche a todos los países del mundo con la profesionalidad que le caracteriza y es por eso que este Ayuntamiento cree que es la persona adecuada para obtener esta máxima distinción por su gran labor” ha señalado el edil Juan de Dios Navarro.





IFA - ELCHE - ALICANTE **SPAIN**

FUTURMODA

FASHION TREND SELECTION THE BEST FOR SHOES & BAGS

53 EDITION

ASOCIACION ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO

MARZO 2025

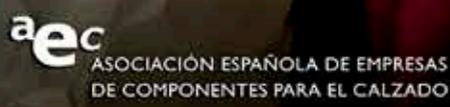


SPECIAL **MACHINERY**

12 y 13

SPRING · SUMMER 26

INTERNATIONAL FAIR OF LEATHER, COMPONENTS AND WWW.FUTURMODA.ES
MACHINERY FOR FOOTWEAR AND LEATHERGOODS



Verbenas debuta en Pitti Immagine Uomo con su nueva colección FW25/26



La firma de calzado española, Verbenas, ha participado por primera vez en Pitti Immagine Uomo, la destacada feria de moda de Florencia, presentando su colección Fall/Winter 2025/26, de sneakers y rainboots para hombre y mujer. Esta participación marca un paso clave en la expansión internacional de la marca.

Verbenas nació en 2014 como una firma de moda con enfoque en la creación de productos que trascienden el concepto tradicional de calzado. Con una fuerte apuesta por la producción local en España, Verbenas ha logrado posicionarse en más de 50 países y consolidarse como un referente en la moda internacional, participando

en ferias como CIFF, MICAM y WHO'S NEXT. Y ahora da este importante salto a la prestigiosa feria de Florencia, Pitti Immagine Uomo.

El debut de Verbenas en Pitti Immagine Uomo ha ofrecido una oportunidad única para presentar sus últimas colecciones a un público global. Su presencia en este evento consolida su posicionamiento en el mercado italiano y refuerza su crecimiento en la industria global de la moda. En palabras de Juan Carlos y Ricardo Castaño, sus fundadores: "Pitti es el lugar ideal para compartir nuestros valores de calidad y diseño con un público que valora la artesanía y la moda auténtica".

Las sneakers de FitFlop: comodidad y estilo nunca fueron tan compatibles



Las sneakers de FitFlop: comodidad y estilo nunca fueron tan compatibles

Equipadas con una tecnología ergonómica de última generación, estas zapatillas no solo garantizan una pisada ligera y sin esfuerzo, sino que lo hacen sin comprometer ni un

ápice de estilo.

Con líneas limpias y detalles sofisticados, cada par está diseñado para acompañar el ritmo dinámico de la vida moderna, brindando una experiencia de comodidad inigualable para quienes no renuncian al lujo en su día a día.

Las botas de pelo perfectas para el frío y con el sello de RIA Menorca



Las botas de RIA Menorca están fabricadas en ante procedente de ovejas de Nueva Zelanda y el calentito forro interior es de lana real reciclada. Al igual que en el diseño de las tradicionales abarcas, RIA Menorca ha elegido para sus botas australianas materiales de primera calidad pensados para hacer frente a los rigores del invierno, la piel de oveja de doble cara y la lana real, hacen que no sólo aislen del frío, sino que resisten a la lluvia y a la nieve.

Una colección en colores básicos y en distintos modelos perfectas para acompañar cualquier tipo de outfit con un toque de moda, pero sin pasar frío. RIA Menorca se ha inspirado en los países fríos para sus dos modelos de botas australianas fondo de armario.

Nueva Zelanda y Finlandia, dos diseños de media caña o caña baja en colores básicos: camel, negro, gris o marrón, perfectas para cualquier momento de los fríos días de invierno.

Para las más fashionistas RIA Menorca propone un original modelo, un zueco con pelo. Dinamarca es un original diseño con los mismos materiales que las botas, el zueco para invierno forrado de pelo de lana oveja en negro o en camel y con un moderno pespunte étnico que recubre la horma.

Las plataformas son una de las tendencias de invierno y sumadas al modelo de botas australianas de RIA Menorca, hace que las botas Noruega se conviertan en un objeto de deseo.

Ferragamo presenta sus mocasines de mujer pre-spring 2025

Clásico y contemporáneo, se trata de un modelo icónico con un nuevo adorno distintivo, dorado y rectangular, grabado con la F del logotipo de Ferragamo. De inspiración británica, tiene un diseño masculino, con puntera redondeada y una plantilla fruncida y cosida para garantizar el confort y la comodidad.

Los materiales de la temporada son el cuero blanco, negro, marrón y rosa con efecto cocodrilo.



Daylong, la nueva línea atemporal de Longchamp



El Daylong es un bolso universal que evoca inmediatamente una sensación de «lujo discreto». Muy reconocible, luce un medallón con el emblema de un jinete en el extremo de su cremallera, una de las señas de identidad de Longchamp. Se puede llevar en la mano o al hombro, y está disponible en tres tamaños y seis colores (negro, celadón, crudo, coñac, verde y azul oscuro). Se puede llevar en la mano o al hombro, y está disponible en tres tamaños y seis colores (negro, celadón, crudo, coñac, verde y azul oscuro).

Los bolsos de mano de V^o73 que se adaptan a cualquier ocasión

La colección FW 24/25 de V^o73 llega con una propuesta única para los amantes de los bolsos de mano: estilos versátiles y diseños que se adaptan a cualquier ocasión. Desde diseños grandes y funcionales para el día a día hasta modelos más pequeños y elegantes para ocasiones especiales.



El bolso Dior Bobby East-West



El bolso Dior Bobby East-West, diseñado por Maria Grazia Chiuri, se reinventa para la colección Dior Crucero 2025 en una versión que combina el emblemático motivo Dior Oblique en jacquard con detalles de piel.

Los «Cookie Bag» de Gallobuey



Bolsos sostenibles y revolucionarios realizados en 3D que fusionan moda contemporánea y tecnología de vanguardia, elevándose a la categoría de bolso joya.

MARQUISE: tradición e innovación en el arte de la Alta Joyería



Al frente de esta icónica casa están Ana Benito y Aníbal Caro. Ahora, MARQUISE vuelve a presentarse al mundo con la misma esencia que siempre la ha caracterizado: piezas únicas, creadas con dedicación y maestría.

En MARQUISE, el respeto por la tradición se une al deseo de innovar. «Nuestros diseños son una conversación entre lo clásico y lo contemporáneo», comenta Ana Benito. Cada joya es personalizada para responder a los deseos de quienes buscan algo único, convirtiéndose en piezas diseñadas para momentos inolvidables. La honestidad en el trabajo, la artesanía como estandarte y el diseño como motor de cambio son los principios que definen la marca.

Entre las creaciones más destacadas de MARQUISE se encuentran joyas que combinan técnicas tradicionales con materiales innovadores: esmaltes vibrantes, la profundidad del ébano y la riqueza orgánica de las caracolas. Cada pieza es un tributo al pasado, reinterpretado con una mirada contemporánea.

Las tendencias de ALEXAH: clave para 2025



Alexah, la marca española de referencia en bisutería, se adelanta a estas tendencias con diseños que capturan la esencia de lo que estará en auge este año. Desde piezas minimalistas hasta combinaciones audaces, las propuestas de Alexah son el reflejo perfecto de lo que dominará el mundo de los accesorios.

1. Sostenibilidad como prioridad
2. El poder de lo minimalista
3. Diseños con personalidad
4. Inspiración natural
5. Mezcla de materiales y colores
6. Capas y apilado
7. Piezas de gran impacto

Con estas tendencias en mente, Alexah reafirma su posición como una marca que entiende las necesidades de la mujer moderna. La bisutería del 2025 no solo busca embellecer, sino también contar historias y reflejar valores personales.

Bisutex presenta lo último en las colecciones de complementos orientadas al comercio de costa



La próxima edición de Bisutex, cuya próxima convocatoria se celebrará del 6 al 9 de febrero, muestra unos excelentes niveles de participación en plena recta final para su celebración, destacando en esta ocasión, junto a la presencia de firmas de bisutería nacionales e internacionales, la enriquecida propuesta de complementos dirigida al turismo de costa.

Las nuevas colecciones de sombreros, gafas de sol, pañuelos, bolsos, cinturones, adornos para el pelo, pañuelos, y diseños playeros de kaftanes, de una selección de destacadas marcas estarán así más presentes en la feria, añadiendo un indudable atractivo para los profesionales.

Serán diseños llenos de color, con originales y divertidos estampados, para los más atrevidos; así como rayas para los más clásicos, y colores lisos. En sombreros desde la gorra de beisbol hasta la clásica pamelita, pasando por el sombrero

cowboy; gafas grandes y cuadradas; pañuelos para el cuello, cinturones y bolsos llamativos, serán los protagonistas de los complementos de Bisutex, que se situará en el pabellón 4 del recinto de IFEMA MADRID.

Entre las firmas destacadas en complementos están Gafas Kost, Charly Therapy, Pluma y Collar, Aranda Sombreros, Clima, Colores de Otoño, d'd Balears, Ezpeleta, One&One, Katerina Vassou, Kbas, Latido, Lugupell, Ma'cuca, Munich, Rainbow, Ras, Satellite Paris, San Piel, Simo Sastre, Solid Sombreros & Complementos, Soruka, Trantrend, entre otros. La moda de viaje también tendrá su presencia en la feria con marcas como Gladiator y Vogart.

Bisutex se celebra en coincidencia con Intergift, con el sector de Editores Textiles, entre los días 5 y 8 de febrero; con Madridjoya, entre el 6 y el 9 de febrero, y con MOMAD, entre los 7 y 9 de febrero.

Barcelona Bridal Fashion Week 2025 prepara la mayor edición de su historia



Barcelona Bridal Fashion Week (BBFW) 2025 se prepara para una gran edición que consolidará su posición como el evento más relevante en la moda nupcial, vestidos de ceremonia y accesorios a nivel mundial. Con la participación prevista de 450 firmas, un 12% más que en 2024, el evento será el escenario más completo de las últimas tendencias y un motor para la industria de la moda.

La edición promete ser la más grande de su trayectoria, con un aumento en el número de empresas, así como en la superficie que crece un 29% respecto a 2024. Este año, además de los Palacios 1 y 2 del recinto de Montjuïc, el evento incorpora el Palacio 8, que acogerá la pasarela y el Fashion Village, y una nueva área en la Plaza del Universo, diseñada como punto de encuentro para el networking entre compradores y profesionales. Este crecimiento no solo responde al incremento en la demanda, sino también al objetivo de brindar una experiencia más completa y enriquecedora para los asistentes.

La internacionalidad será uno de los aspectos más destacados de esta edición, con un 82% de las firmas participantes provenientes de diversos países, el porcentaje más alto registrado hasta la fecha. La oferta abarca desde diseñadores emergentes hasta casas de moda consolidadas, procedentes principalmente de Italia, Alemania, Reino Unido, Japón, Estados Unidos, Ucrania, Polonia y Turquía, entre otros.

La directora de BBFW, Albasarí Caro, destaca "vamos a ofrecer en Barcelona el mayor y mejor evento de moda nupcial del mundo que se ha realizado hasta el momento. Reuniremos desde los últimos diseños de grandes marcas de fama internacional y alta costura, hasta las creaciones de nuevos diseñadores y de prestigiosos ateliers". Asimismo, añade "BBFW se ha convertido en la cita ineludible de la industria para hacer negocio y marcar tendencias de futuro, por esto la feria no para de crecer en volumen, oportunidades, diversidad e internacionalidad".

El programa de buyers atraerá a BBFW a compradores de más de 80 países, sobre todo de mercados clave como Estados Unidos, Corea del Sur, Australia, China, Japón, Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos y el Sudeste Asiático. Este esfuerzo estratégico busca fortalecer la red de contactos internacionales y fomentar oportunidades de negocio de alto impacto para marcas y diseñadores, ratificando BBFW como dinamizador de los negocios y la industria a nivel global.

El evento de Fira de Barcelona se llevará a cabo del 23 al 27 de abril. Entre el 23 y el 26 se presentarán en la pasarela las colecciones para 2026, mientras que el Trade Show, del 25 al 27 de abril, ofrecerá las propuestas comerciales más destacadas que definirán las tendencias futuras.

Carmiday 2025: el 'retail sin límites' se da cita este 12 de febrero en Madrid



Bajo el lema «Retail sin límites», Carmila celebrará la séptima edición de este evento anual el próximo miércoles 12 de febrero, en el Centro Cultural Daoiz y Velarde (Madrid). Consolidado como un punto de referencia para comerciantes y emprendedores, Carmiday 2025 será el enclave perfecto para el networking, donde la inmobiliaria presentará todas las opciones de implantación en sus centros comerciales.

Con un enfoque innovador y colaborativo, Carmiday 2025 promete ser una cita esencial para generar sinergias entre marcas, emprendedores y expertos.

Franquicias, emprendimiento y mucho más

El emprendimiento y el sector de las franquicias es clave en la estrategia de Carmila. Por ello, el Carmiday presentará varios programas destinados a apoyar a estos colectivos. Las masterclass serán uno de los ejes principales de esta edición, con mesas redondas lideradas por destacados profesionales del sector. Durante estas sesiones, se compartirán herramientas concretas y estrategias efectivas para impulsar los negocios de los asistentes.

Como novedad, se presentará la segunda edición de "Sale Up!", el programa organizado por Carmila y la Cámara de Comercio de Madrid para apoyar a los emprendedores del sector retail.

Soluciones tecnológicas y experiencias inmersivas

Carmiday 2025 también contará con un espacio abierto durante toda la jornada en el que los asistentes podrán descubrir soluciones tecnológicas orientadas a transformar el retail, de la mano de empresas como Techcorp Solutions, Imascono, Evento Divertido o Rol Digital. Entre ellas se encuentran:

Pasarela virtual: diseñada para que los invitados caminen a través de un mundo virtual y se lleven un vídeo de recuerdo.

Escaparate interactivo: una cámara con inteligencia artificial detecta la figura biométrica del usuario, visualizándolo en pantalla con prendas de la marca.

Fotos con fondo creado por IA: los asistentes podrán teletransportarse a cualquier lugar mediante capturas únicas y creativas.

Tótem interactivo: diseñado para medir el Net Promoter Score (NPS) del evento, tiene previsto realizar una dinámica con sorteo entre los asistentes.

Editores Textiles cuelga el cartel de completo con más de 160 marcas internacionales



Organizado por IFEMA MADRID, la próxima edición de Editores Textiles en Intergift, que se desarrollará entre el 5 y el 8 de febrero del 2025, contará con la participación de más de 160 marcas internacionales líderes en diseño textil, papeles pintados y revestimientos murales, llegadas de diferentes países como España, Francia, Gran Bretaña, Italia, Países Bajos, Portugal, entre otros.

Editores Textiles convierte al Pabellón 1 en el mejor escaparate de la élite del interiorismo, gracias a su atractiva oferta que permite a arquitectos, interioristas, decoradores, diseñadores y demás prescriptores del mundo de la decoración, conocer el potencial del sector textil en todas sus vertientes. Este sector, como viene siendo habitual, participa solo en las ediciones de febrero de Intergift.

El alto nivel de fidelidad de las firmas consolida este espacio como el mayor referente en España del diseño en textil y revestimientos. Participan empresas tan prestigiosas como Aldeco, Arte, Camengo, Coordonné, Dolz Colección Internacional, Güell Lamadrid, Le Murier, Lizzo, entre otras muchas. Además, contamos con incorporaciones nuevas de reconocidas empresas como Farrow & Ball o Paula Alegría.

En este exclusivo espacio se presentan colecciones muy variadas en estilos y texturas, con diseños en los que se combina el minimalismo, con propuestas lisas y colores naturales, al tiempo que encontramos conceptos caracterizados por tonos fuertes y dibujos llamativos- fauna, efecto botánico, geometría e inspiración tribal-. En texturas destacan los envolventes terciopelos, las suaves chenillas y los algodones orgánicos o rafias. Mención aparte merecen los nuevos tejidos sostenibles, resistentes y versátiles. El objetivo: crear personalidad en cada espacio.

Junto a Editores Textiles, entre el pabellón 1 y 3, se presentará "Dorian Gray a través del tiempo", un nuevo espacio de interiorismo. El certamen organiza este evento bajo la dirección del reconocido estudio Deseese Design. Esta área, inspirada en la novela El retrato de Dorian Gray de Oscar Wilde, mostrará una particular casa de 400 metros cuadrados con salón, dormitorio, sala de estar, gimnasio y zona exterior.

Intergift se celebrará del 5 al 8 de febrero, con el sector Editores Textiles en el Pabellón 1. 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.

Intergift, Bisutex, Madridjoya y MOMAD reunirá a 900 firmas, de las cuales 200 son marcas internacionales



Intergift, Madridjoya, Bisutex y MOMAD, congregarán cerca de 200 empresas internacionales configurándose como el principal escaparate del sur de Europa en esta convocatoria multisectorial.

Entre las marcas participantes, destaca la presencia internacional de firmas procedentes de países como Alemania, Bélgica, Bulgaria, China, Colombia, Dinamarca, Estados Unidos, Eslovenia, Francia, Grecia, India, Irlanda, Italia, Marruecos, Nepal, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido, Turquía y Uzbekistán, lo que subraya la proyección global de estas ferias y su capacidad de atracción dentro del ámbito empresarial.

De este modo, estos Salones que se celebran en IFEMA MADRID, agruparán cerca de 900 empresas y marcas, tanto nacionales como internacionales, convirtiéndose en una gran oportunidad para abrir relaciones comerciales hacia fuera de nuestro país, siendo MOMAD y Bisutex las ferias que cuentan con una mayor representación internacional, con 66 empresas cada una. En el caso de la primera, los países que más empresas aportan son Italia, Grecia y Francia, mientras que en el segundo son Italia, Turquía y Francia.

Por otro lado, Madridjoya contará con 31 firmas extranjeras, entre las que destaca en primera lugar Italia, seguido de India y Alemania. En el caso de Intergift, que celebra su 85 edición con una nueva edición de Editores Textiles, tendrá más de 30 empresas internacionales representadas destacando la presencia con mayor número de Portugal, Francia, Italia y Bélgica.

Intergift, con Editores Textiles, se celebrará entre los días 5 y 8. A continuación, Bisutex y Madridjoya, entre el 6 y 9. Y, por último, MOMAD, entre el 7 y 9. Todas ellas en el Recinto Ferial de IFEMA MADRID.

Conoce todas las novedades de estas citas en sus respectivas páginas webs: Intergift; Bisutex; Madridjoya; MOMAD.

Kimi Ysa y Enara Rodríguez son firmas vencedoras del concurso MOMAD Talents by ISEM



Kimi Ysa y Enara Rodríguez han sido los ganadores de la nueva edición de MOMAD Talents by ISEM. Estas dos marcas estarán en la próxima edición del Salón Internacional de Moda, Calzado y Accesorios que se celebra del 7 al 9 de febrero en IFEMA Madrid.

El ganador del concurso ha sido Kimi Ysa quien, como premio, podrá participar en el curso Fashion and Creativity Management de ISEM, una formación especializada que refuerza las habilidades estratégicas y creativas en el sector de la moda. Esta firma representa a las mujeres que valoran la sofisticación y la funcionalidad, inspirada en la estética japonesa. Ofrece prendas atemporales con líneas limpias, detalles preciosos y una paleta de tonos neutros, combinando materiales de alta calidad como lana y seda.

En segundo lugar, la marca Enara Rodríguez, que destaca por la fusión entre la moda japonesa y la moda vasca a través de la innovación en volúmenes y formas, incorporando complementos como joyería de croché y accesorios multi posición. Ambas firmas tendrán un stand en MOMAD donde mostrarán sus colecciones.

Esta nueva edición del concurso MOMAD Talents by ISEM vuelve a poner de manifiesto el compromiso de este Salón con el apoyo del talento emergente de la industria de la moda. Además, se celebrará de manera conjunta con las ferias Intergift, Bisutex y Madridjoya, consolidándose como un gran punto de encuentro uniendo los sectores de la decoración, el regalo, la bisutería y los complementos, la joyería y relojería, la moda, el calzado y los accesorios.

El intenso programa de MOMAD se completa con la actividad del stand modular EGO. Un espacio reservado a diseñadores emergentes y firmas de nueva creación que tenga una presencia en el mercado de un máximo de un año y seis meses, además de una colección reducida. En total seis firmas expondrán propuestas para la temporada otoño/invierno: Alexs Bags, Moo Chuu, Vanó Studio, Nice Hand, Ildhorit y Zahati, de la mano de The Hustle Agency, Sanvin, Goldibloks, Myra Bags.

MOMAD abrirá sus puertas en el pabellón 8 de IFEMA Madrid los días 7 y 8 de febrero, de 10:00 a 19:00 horas. y 9 de febrero, de 10:00 a 16:00 horas.

ILM Offenbach presentará la exposición «GROW: El futuro de los artículos de cuero»



La Feria Internacional de Artículos de Cuero de Offenbach (ILM), conocida por su papel de liderazgo en la configuración de la industria de los artículos de cuero, se enorgullece de presentar una exposición innovadora titulada «GROW: El futuro de los artículos de cuero». Comisariada por Melina Bucher, esta exposición con visión de futuro se inaugurará en la 161.ª edición de la ILM, que tendrá lugar del 15 al 17 de febrero de 2025 y ofrecerá información exclusiva sobre los materiales revolucionarios que darán forma al futuro de la industria.

Explorando el futuro de los artículos de cuero

A medida que evolucionan las preferencias de los consumidores, las marcas responden a la creciente demanda de productos fabricados con materiales más sostenibles. GROW aborda este cambio y presenta una visión inspiradora de los materiales que combinan funcionalidad, sostenibilidad y excelencia en el diseño. Estos materiales de próxima generación, incluidos los derivados de hongos, nanocelulosa bacteriana, desechos de frutas y algas, tienen como objetivo reducir drásticamente el impacto ambiental en comparación con el cuero tradicional, ofreciendo soluciones que se cultivan en lugar de extraerse o procesarse de animales.

Los materiales a base de micelio, por ejemplo, ofrecen una durabilidad y flexibilidad comparables a las del cuero animal, pero con una fracción del impacto ambiental. La nanocelulosa bacteriana ofrece una alternativa ligera pero resistente, mientras que los desechos de frutas y los materiales a base de algas reutilizan los subproductos agrícolas para fabricar textiles de alta calidad. Juntos, estos materiales demuestran el potencial para remodelar los artículos de cuero con sus ventajas éticas y ecológicas. Machine Translated by Google.

«La exposición pretende ampliar los horizontes de lo posible», explica Melina Bucher, pionera en materiales de origen biológico y diseño sostenible. «GROW tiene como objetivo inspirar a los minoristas y a las marcas a explorar una gama de las opciones de materiales más éticos y sostenibles disponibles hasta la fecha y reflexionar sobre las oportunidades e innovaciones que complementan la artesanía tradicional».

Una experiencia práctica e inmersiva diseñada para involucrar y educar, GROW ofrece un entorno interactivo donde los visitantes pueden explorar y experimentar materiales de última generación. Reconociendo la reticencia de la industria a adoptar nuevos materiales, la exposición invita a los visitantes a hacer preguntas, sentir los materiales y visualizar sus aplicaciones mientras interactúan directamente con los innovadores.

Première Vision Nueva York concluye con un éxito rotundo, consolidando su papel como una plataforma clave para la industria



La última edición de Première Vision Nueva York ha concluido con resultados excepcionales, reforzando su posición como un evento crucial para los profesionales de la moda y las industrias creativas, informan fuentes de la organización de este certamen. El evento de dos días atrajo a 1.856 visitantes de los sectores de la moda, el textil, el diseño y la creatividad, subrayando su importancia como destino clave para el mercado norteamericano.

Esta edición registró una participación destacada en el programa de conferencias, reflejando el creciente interés en temas fundamentales de la industria como la innovación, la sostenibilidad y las tendencias emergentes. Expertos de renombre y líderes del sector ofrecieron presentaciones perspicaces que captaron la atención de una audiencia altamente interesada en mantenerse a la vanguardia de la evolución del sector.

El evento también demostró ser un terreno fértil para el intercambio comercial. Tanto expositores como asistentes informaron de resultados significativos, con numerosas colaboraciones iniciadas y un alto nivel de actividad comercial. La calidad de las oportunidades de networking y la dinámica de las interacciones destacaron la eficacia del evento en la creación de conexiones significativas.

Thierry Langlais, Gerente del evento Première Vision Nueva York, expresó su satisfacción con los logros alcanzados: «Estamos encantados de ver cómo nuestra diversa oferta atrae a un perfil de visitantes más amplio. Esta diversidad ha generado mayores oportunidades para conexiones productivas y un crecimiento comercial sustancial».

Florence Rousson, Presidenta del Consejo de Administración de Première Vision, también destacó la importancia del evento: «En el complejo mercado actual, es alentador recibir compradores serios y cualificados que están listos para abastecerse e inspirarse para la temporada SS26. Esta edición reafirma la relevancia y el valor perdurables de Première Vision Nueva York».

Al cerrar esta exitosa edición, Première Vision agradece a todos los expositores, visitantes y ponentes por sus invaluable contribuciones. El equipo espera dar la bienvenida a todos en la próxima edición, donde la innovación y la creatividad volverán a ocupar un lugar central.

Heimtextil 2025 supera los 50.000 visitantes profesionales procedentes de 142 países



Heimtextil 2025 terminó con salas de exposiciones llenas: 142 naciones participantes, otro aumento de expositores y visitantes, así como con los mejores índices de satisfacción. Durante cuatro días, más de 50.000 compradores experimentaron las últimas colecciones, materiales y soluciones textiles para todo el diseño de interiores de primera mano de más de 3.000 expositores.

«142 naciones participantes, el crecimiento de los expositores y un aumento del diez por ciento en los visitantes confirman que las ferias comerciales tienen más demanda que nunca. En tiempos de inflación persistente y bajo poder adquisitivo, la resiliencia y la presencia en el mercado son clave. Así es exactamente como Heimtextil permitió a la industria y al comercio minorista acceder a nuevos mercados y, por lo tanto, dar forma activamente a la competencia global», afirma Detlef Braun, miembro de la Junta Ejecutiva de Messe Frankfurt.

La proporción de expositores internacionales aumentó al 96 por ciento, fortaleciendo la posición de Heimtextil como la principal feria comercial mundial de textiles para el hogar y contratos y el diseño textil. Entre los diez principales países expositores se encontraban China, India, Pakistán, Turquía, Alemania, Italia, España, Portugal y Bélgica. En el lado de los visitantes, la internacionalidad aumentó al 84 por ciento. El crecimiento se registró en particular en mercados como Argentina, Francia, Gran Bretaña, India, Italia, Japón, Canadá, los Países Bajos, Suecia, Corea del Sur, España, Estados Unidos y los Emiratos Árabes Unidos.

Los altos índices de satisfacción confirmaron el éxito de la edición Heimtextil de este año: el 81 por ciento de los expositores informaron haber logrado sus objetivos de feria comercial. Con un 94 por ciento, la satisfacción de los visitantes también alcanzó un récord. El aumento de la duración de la estancia mostró: los visitantes se involucraban más profundamente. El gran número de los principales tomadores de decisiones reflejaba la calidad de los visitantes y su experiencia en compradores.

El Heimtextil Trends 25/26 de Alcova Milano y la instalación "among-us" de la diseñadora estrella Patricia Urquiola establecen nuevos estándares para el diseño de interiores, el comercio minorista y la hospitalidad. El programa de contenido se centró en el diseño impulsado por la IA, los procesos de producción sostenibles y los interiores futuros.

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



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.

bisutex

Salón Internacional de la Bisutería y Complementos

En coincidencia con:
intergift
madridjoya
MOMAD



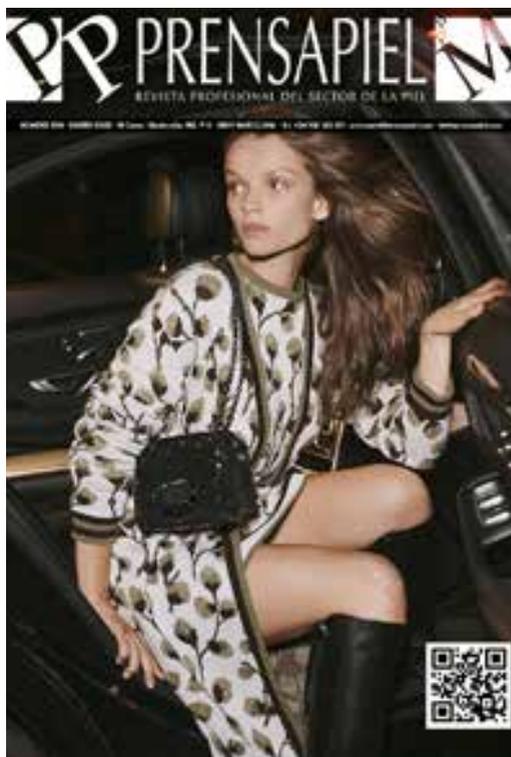
Lo que viene empieza aquí.

Descubre las nuevas colecciones y tendencias.

06-09
Feb
2025

Recinto Ferial
ifema.es





La mayor plataforma informativa de la MODA en España

Diaria

Website: www.edicionessibila.com

Diaria

Newsletter: de lunes a viernes

Mensual

PuntoModa Magazine

Mensual

Prensapiel Magazine

Trimestral

Textil y Moda Magazine

HTML

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

Subscripción

Subscríbete enviando un mail a: essl@edicionessibila.com

Media Kit

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

Follow us:

