

tym

Nº 274: ENERO - FEBRERO - MARZO 2025

Redacción, Administración y Publicidad:
Diputación, 180, 1º C
08011 Barcelona
Tel. 932 265 151
Edita: Edicions Sibila, S.L.
Precio 8 euros

textil y moda



Isabel Sanchis

60.000 compradores profesionales en Feria Hábitat València, Textilhogar, Espacio Cocina SICI, Iberflora y Eurobrico

El dato supone un crecimiento en torno al 10% sobre los resultados obtenidos en las últimas ediciones de las cinco ferias. A la espera efectivamente de los datos finales, sobre un 15% de estos visitantes han sido extranjeros, procedentes de más de 70 países. El director general de Feria Valencia, Jorge Fombellida, ha señalado que más allá de las excelentes cifras de visitantes, "lo realmente relevante ha sido la calidad de estos, que ha propiciado un altísimo nivel de negocio". Lo cierto es que los expositores de las cinco ferias han destacado la alta demanda que han detectado y las buenas expectativas de negocio generadas que habrán de concretarse en las próximas fechas. "Los contactos han sido de gran calidad", asegura Fombellida, "lo que es el resultado del trabajo realizado conjuntamente por Feria Valencia, sus expositores y las organizaciones sectoriales de los sectores afectados". El director general de Feria Valencia también ha agradecido la implicación de la Conselleria de Innovación, Industria, Turismo y Comercio de la Generalitat Valenciana, de la Cámara de Comercio, IVACE+i Internacional y el ICEX, que han colaborado intensamente para traer hasta Feria Valencia al comprador extranjero. Con la celebración simultánea de Feria Hábitat València, Textilhogar, Espacio Cocina SICI, Iberflora y Eurobrico, Feria Valencia se ha convertido en la sede del evento ferial más relevante de la industria española en 2024. Durante esta semana, más de 1.600 marcas han ocupado 150.000 metros cuadrados de exposición para mostrar las principales novedades de sus sectores a los más de 60.000 compradores profesionales que finalmente han visitado los cinco eventos.

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid presenta los diseñadores que desfilarán en su próxima edición

El calendario de desfiles en IFEMA MADRID, que arrancará el jueves, 20 de febrero, lo hará con Baro Lucas, con una colección que destaca por la sutileza y la modernidad, apostando por siluetas contemporáneas y tejidos fluidos que transmiten sofisticación y ligereza. Le seguirá Yolancris que presentará una colección cargada de romanticismo y detalle artesanal, donde encajes y transparencias juegan un papel clave. Mans traerá al escenario su visión del nuevo sastre masculino, con líneas depuradas y una paleta que equilibra lo clásico y lo vanguardista. Estará presente también Pedro Del Hierro. La firma desplegará su propuesta basada en la elegancia atemporal con prendas que fusionan comodidad y estilo. Menchen Tomas, quien promete un desfile lleno de delicadeza y feminidad, en el que las texturas y colores envolventes se convierten en protagonistas. Además, el calendario estará compuesto con Álex Rivière, quien sorprenderá con una colección que respira sofisticación minimalista y un espíritu cosmopolita, y con Claro Couture, que propondrá diseños de alta costura que exploran la riqueza de los volúmenes y las siluetas. La segunda jornada de MBFWMadrid abrirá con Simorra, con una colección que rinde homenaje a la artesanía contemporánea, destacando el uso de tejidos naturales y líneas limpias. Tras ella, será el turno para Isabel Sanchis, que llegará con propuestas donde la estructura y la fluidez crean piezas para grandes ocasiones. Hannibal Laguna, desplegará creaciones que celebran la sensualidad y el glamour, apostando por cortes precisos y detalles exquisitos que realzan la figura femenina. Más tarde, Ynésuelves aportará un soplo de frescura a MBFWMadrid con diseños juveniles y dinámicos donde la originalidad será clave, mostrando una moda que mira hacia el futuro. Le seguirá Custo Barcelona, como siempre innovador, con piezas llenas de color, estampados y energía, desafiando lo convencional con su estilo único y vibrante. La jornada continuará con Pablo Erroz, conocido por su estilo urbano y versátil, que combina a la perfección la funcionalidad con la moda de autor, apostando por prendas adaptables al día a día sin renunciar al diseño. El cierre del viernes será a cargo de Malne, que llevará a la pasarela su apuesta por la alta costura contemporánea, ofreciendo looks refinados y sofisticados que destilan lujo y modernidad. La tercera jornada comenzará con Paloma Suárez, cuyos diseños destacan por su fuerza y personalidad, donde los contrastes y los detalles artesanales brillan con luz propia. Posteriormente Odette Álvarez presentará su estilo bohemio y elegante, con prendas que fusionan la tradición con la modernidad, creando una propuesta tan atemporal como innovadora. A su vez, Fely Campo ofrecerá una colección donde las siluetas estructuradas y los tejidos precisos se convierten en los protagonistas, realizando la figura femenina con elegancia. JNORIG, debuta en MBFWMadrid apostando por un diseño contemporáneo, con piezas donde la innovación y el estilo rompedor marcarán el ritmo de su desfile. Angel Schlessler desplegará su característico minimalismo sofisticado, apostando por prendas de líneas puras y limpias que celebran la esencia de la moda. Más tarde, Lola Casademunt By Maitte, vuelve a la pasarela con una propuesta divertida, dinámica y llena de estilo, perfecta para mujeres que buscan destacar. Cerrando la jornada de los diseñadores consagrados, la gran Agatha Ruiz De La Prada pondrá su sello inconfundible con un desfile lleno de fantasía, color y creatividad, reafirmando su espacio como referente de la moda más alegre y desenfadada. La última jornada, dedicada a los diseñadores emergentes, será el espacio para que pueda brillar el talento joven. El día comenzará con Rtama y Studio Cumbre, con propuestas frescas y conceptuales. Seguirán Odis y Aleixandri Studio diseños que exploran nuevas formas y materiales. Tras ellos PAT Equilux y Alineo Studio creando piezas que responden al presente con un toque vanguardista. Para cerrar esta jornada de diseñadores emergentes serán Bonet y Antonio del Canto, quienes llevarán sus propuestas al límite con piezas arriesgadas y rompedoras. Finalmente, será momento para que David Moss, junto a la firma internacional invitada que se desvelará próximamente, ponga el broche de oro al calendario con una colección que promete sorprender y emocionar. En paralelo, se entregará el premio Mercedes-Benz Fashion Talent, que reconoce al talento emergente más destacado de esta edición, celebrando la creatividad y la innovación que definen el futuro de la moda.

Directora: Carmiña Verdejo
cverdejo@edicionessibila.com

Nuestra portada:

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

Autoedición y diseño gráfico: ESSL®
Precio: 8 euros
D.L.B.: B-19766/94

Nuestras publicaciones:



Isabel Sanchis

Las colecciones de Isabel Sanchís se mueven entre lo clásico y lo contemporáneo, dando lugar a verdaderas obras de arte inspiradas en la naturaleza, el arte y la arquitectura. El uso de atrevidos volúmenes, delicados detalles florales y cortes exquisitos son rasgos característicos de la firma valenciana. La escultura es el tema que protagoniza la nueva colección para el próximo verano 2025, donde una vez más se reivindica la feminidad a través de siluetas y volúmenes puros y geométricos. Aparecen flores, corbatas y lazos con efecto trepanado sobre mini vestidos, abrigos y vestidos más imponentes que juegan con plisados realizados con tejidos que simulan un jarrón de cerámica. Una colección que, además, renueva el concepto tradicional del tuxedo o, lo que es lo mismo, del esmoquin, yendo así más allá de las limitaciones del tiempo. El blanco y el negro junto a otras tonalidades suaves, ligeras y románticas como los tonos lilas, morados y amarillos, reinan en las prendas que conforman la nueva colección. De la combinación del trabajo artesanal con nuevas técnicas como el micro plisado solei hecho a mano nacen vestidos que brillan por su visión única y su capacidad para redefinir la elegancia.



Dolores Cortés

Una colección que toma como punto de partida la naturaleza y sus formas sinuosas, orgánicas, flores y hojas entrelazadas superpuestas con motivos de aves. Estampados XS de inspiración Liberty/Renovado se entremezclan con gráficos de concepción maxi de influencia vintage sumergiéndolos en un universo creativo de contraposiciones. Las combinaciones de colores pasteles crean un ambiente surrealista, difuminando el límite físico y digital. Importancia de la combinación BLACK & WHITE en planos de color y estampados de origen étnico con motivos lineales, detalles Hand/Made a modo de broche con esmaltes de colores que nos proporcionan un ambiente de sofisticación.



Guess Swimwear

GUESS se complace en anunciar su participación en Gran Canaria Swim Week, donde ha presentado la colección SS25 GUESS Swimwear. La colección debutó en una pasarela diseñada a medida, realizada por una lista de reproducción especialmente seleccionada y efectos de luz dinámicos que complementaban a la perfección los estampados de los trajes de baño, creando una presentación totalmente envolvente. La colección ofrecía una mezcla dinámica de diseños frescos, desde prendas esenciales para la piscina hasta atrevidos conjuntos para salir del agua y nuevos trajes de surf. Con siluetas contemporáneas, estampados exclusivos y una paleta de colores juguetona y veraniega, el surtido capta a la perfección la esencia de la mujer GUESS. El intrincado trabajo de ganchillo, los glamorosos detalles de pedrería y los vibrantes estampados paisley añaden un toque de elegancia, mientras que los lujosos tejidos y los llamativos adornos elevan el look. Complementada con pantalones fluidos, kimonos, faldas envolventes y accesorios de marca, esta versátil colección encarna la energía juvenil y el estilo sofisticado, ideal para la playa y más allá.

Triumph

Sensual Spotlight es una colección exquisitamente bella con adornos y bordados multicolor mezclados con encajes, diseñada para abrazar el lado femenino y sensual de la mujer. Un look a la moda, seductor y de estilo ligero. En tonos gris y rosa empolvado con su versión en corsé con aros que marca una figura de infarto o sujetador con copa preformada y tirantes elásticos y adornados o sin con ballenas laterales de sujeción, combinados según gustos con braga brasileña o hipster.



Playtex

Se acabó el dolor de espaldas con el sujetador de Playtex Ideal Posture, un modelo con abertura delantera y sin aros. Además, 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.



Lebor Gabala

LEBOR GABALA es una marca que elige las materias primas más exitosas, buscando la máxima calidad en sus prendas. Con su colección de primavera-verano 2025 bautizada como Oda al Romanticismo, ha abierto 080 Barcelona Fashion con una estética romántica y etérea, que recurre a los estampados florales vintage, tejidos vaporosos y capas que se superponen, aportando profundidad y dinamismo a las piezas.



Madridmanso

MADRIDMANSO, una firma que se estrena en la 34.ª edición de 080 Barcelona Fashion con su colección Fiestas patronales, que presenta un recorrido por el día central de las fiestas, desde la romería hasta la verbena, pasando por los torneos de cartas durante el vermut, con espacios donde todo el mundo tiene cabida. La colección es un homenaje a la alegría de las celebraciones, una parte esencial de la identidad de cada localidad, que ayuda a dar sentido y orientación, tanto a la vida comunitaria como a la individual.



Simorra

SIMORRA, una marca que ya ha estado presente en otras ocasiones. En esta nueva edición, ha presentado su colección The Memory of Time FW24-25, donde los tejidos se convierten en el punto central. Una colección que se inspira en diseños de tejidos tridimensionales que evocan distintas formas de vida atrapadas en piedra, que narran pequeñas historias sobre el tiempo y la memoria; de esta forma, establecen un vínculo entre el presente y el futuro, y subrayan que aquello que es realmente importante perdura para siempre. La colección incluye vestidos y blusas adornadas con motivos vegetales. Además, se presentan relieves vegetales en denims y jacquards que imitan texturas animales grabadas en roca, con una paleta de ocres, verdes óxido y grises degradados.



Escorpion

ESCORPION, una marca que no podía faltar en 080 Barcelona Fashion. La marca, fundada el año 1929, es un referente en el sector del knitwear internacional gracias al diseño de sus colecciones. La colección presentada ha recibido el nombre de Desert Sounds. Se inspira en la magia de un romance entre las dunas, con una paleta de colores cálidos y terrenales. Como contrapunto, aparecen degradados en verdes que simbolizan la esperanza de un oasis al final del trayecto.



Sandro

En su nueva colección SS25, la firma francesa propone prendas que evoquen un verano sofisticado pero sobrio. De esta manera, plantea al hombre SANDRO una variedad de prendas de estilo minimalista, con siluetas holgadas y en las que predominan los colores atemporales como el blanco, el crema, el arena, el marrón, el azul cielo y el negro. El hombre se verá envuelto en materiales bellos, pero a la vez confortables y naturales, como el popelín, la lana fescia, el algodón o el lino que se usarán para crear prendas distinguidas, aunque relegadas, que invitan a viajar. Patrones como los pliegues y los estampados florales añaden movimiento y textura a las prendas. Igualmente, las vibrantes salpicaduras de azul celeste y amarillo limón aportan un relieve inesperado al encanto chic y sutil del hombre SANDRO. La colección abarca desde chaquetas con cuello en ante color arena hasta camisetas en malla, chaquetas workwear en mezcla de lino, abrigos denim desteñidos, camisas de manga corta con cuello chimenea sin olvidar las piezas emblemáticas del armario masculino SANDRO en volúmenes grandes y precisos.



Guillermina Baeza

La diseñadora Guillermina Baeza es una figura reputada y emblemática de la moda de baño española que compite con las mejores firmas europeas. En esta segunda jornada, GUILLERMINA BAEZA, otro referente en esta plataforma, ha sido la primera firma en presentar su colección: Dolce Vita Capri 2025, creada a partir de la inspiradora isla. La colección destaca por sus tejidos lisos y brillantes, tonos violetas y magentas, bikinis rosados y naranjas, y bañadores negros con transparencias artesanales.



Inma Linares

INMA LINARES, una diseñadora que se estrena en la ciudad condal, con la colección Flawless 2025. Está construida por 23 looks, en los que destaca la artesanía, los volúmenes, un patronaje muy elaborado y una confección muy cuidadosa; la colección aprecia técnicas de patronaje innovadoras, volúmenes creados con hilo de pescar, corsé de metacrilato y piezas con cortes láser. La tonalidad va desde los colores neutros a los coloridos, sobre tejidos brocados, gasa y organza. Para los estilismos, utiliza una llamativa colección de joyas grandes vintage, donde destacan los dorados, los colores llamativos, los pañuelos en la cabeza y las gafas. Esta fusión de lujo, elegancia, feminismo y sofisticación atemporal nos recuerda a la tendencia OLD MONEY actual.



Custo Barcelona

Los hermanos Dalmau, Custo y David, fundadores de CUSTO BARCELONA presentan su colección Come... and you will see.... La colección celebra su espíritu libre y espontáneo en un entorno colorista y visual. La creatividad es la esencia de todas las piezas en las que las mujeres seguras encuentran su aliado y expresan su individualidad y estilo propio. Como prendas protagonistas, destacan los vestidos, los combinados de pantalones y tops. Como hilo conductor, también encontramos los volantes de tejidos vaporosos, las mangas abullonadas, los fruncidos y las aberturas que dejan ver la piel. La colección está agrupada en bloques de color que se mueven desde los tonos cálidos solares amarillos y naranjas, pasando por los tonos rosas, para trazar un recorrido por azules y turquesas, y ampliarse en una propuesta de color blanco. Como novedad, se presentan looks de hombre representados en las camisetas We Art.



Carlota Barrera

La firma CARLOTA BARRERA ha desfilado con una colección que explora la tensión entre contrarios: restricción y liberación, masculino y femenino, estructura y fluidez. Mediante la sastrería y la manipulación de tejidos, las prendas juegan con proporciones y formas diferentes. Las camisas arrugadas, chaquetas fluidas con pliegues y pantalones asimétricos ilustran este contraste, con detalles artesanales como el hilo encerado y los bordados, tonos tierra, marfil y negro, y accesorios nostálgicos, como conchas y ceniceros. Cada pieza es una exploración de equilibrio entre tensión y liberación.



Guess

En su nueva colección, GUESS ofrece varias líneas de prendas con distintas inspiraciones. Por un lado está Dreamy, de estilo chic urbano, e inspirada en una mujer rebosante de seguridad. Esta colección juega con las formas dando lugar a una selección de pantalones de pierna ancha, faldas voluminosas, blusas chic, camisas y chaquetas, con un toque contemporáneo pero relajado, y en colores suaves.

Por otro lado, encontramos Body & Soul, producto de la inspiración country combinada con las propuestas más actuales. Una línea llena de prendas versátiles como pantalones y vaqueros acampanados, chalecos y tops asimétricos, vestidos sin hombros y trajes de noche con faldas fluidas y pliegues. Prendas con estampados florales, motivos animales, encaje, satén y lino en tonos melocotón, amarillo cremoso, rojo tierra, rosa y marrón.

Para finalizar, Escape nos transporta a un jardín lleno de flores exóticas mediante sofisticados vestidos de noche y faldas con reveladoras aberturas laterales y encajes, junto a vaqueros, chaquetas, camisas y pantalones cortos de denim blanco, tops geométricos y prendas con llamativos apliques y estampados florales. Todo ello en colores en tonos pastel oscuro, azules y verdes inspirados en el océano.



Longchamp

El verano 2025 en Longchamp es un soplo de aire fresco. La nueva colección prêt-à-porter, llamada "Live Green!", destaca cuatro esenciales: la icónica chaqueta kimono, la piel característica de la Maison, el peto y el estampado guinga, clave esta temporada. Estos son los cuatro imprescindibles que la mujer parisina elige para su escapada al campo, donde, lejos del bullicio de la ciudad, disfruta de un idilio rural, donde el tiempo pasa más despacio y los colores de su vestuario reflejan el vivificante paisaje.



Desigual

El desfile de Primavera-Verano 25 'Reflections' es una historia de alegría, creatividad e innovación, los valores fundamentales presentes en cada una de las propuestas y colecciones de Desigual. Una colección de looks inspirados en el mar Mediterráneo, puestas de sol veraniegas, los años 90 y 2000, el surf, y Barcelona, estilizados bajo la dirección creativa de Helena Tejedor, quien cogió piezas del archivo de Desigual para hacer una reinterpretación fresca y contemporánea. Los complementos fueron atrevidos maxi bolsos Voyager, sandalias con la D de Desigual en el tacón y gafas de sol de Gigi Studios. Una propuesta llena de guiños al tema principal del desfile "Reflections", con espejos incrustados en faldas, y accesorios metalizados o reflectantes; centrada en el layering, y en detalles surferos; con un storytelling que va del día a la noche, cubriendo los distintos momentos de la chica Desigual. Una colección versátil y joven con un toque de nostalgia y mucha actitud.



Antik Batik

El arte del bordado y los materiales, siluetas atrevidas y sensuales y accesorios como foco. La casa de moda parisina fiel a su ADN bohemio-chic, desvela un armario liegro y marcando el tono con propuestas fuertes. Inspirada en paisajes soleados, esta colección combina la pureza del algodón, delicadas transparencias y la artesanía tradicional tan apreciada por Gabriella Cortese.

IKKS

Siluetas urbanas, minimalistas y chic, en tonos caqui, beige y azul, y tejidos cómodos como el algodón y el denim. Este es el tema de apertura de la temporada, con piezas icónicas que rememoran la tendencia military reinterpretadas en nuevos cortes y colores. Un armario moderno y elegante de líneas depuradas que combina trajes básicos y piezas funcionales. Las siluetas juegan con combinaciones originales en colores frescos y materiales naturales, ligeros y técnicos.



Pomandère

La firma italiana Pomandère presenta "TATAMI" su nueva colección Primavera-Verano 25, transportándonos a la ciudad nipona de Tokio, y con una novedad importante: la cápsula unisex EVERYONE. Bajo la caricia de la brisa oriental, Pomandère nos invita a viajar hasta Tokio donde la tradición perdura y convive con la constante innovación tecnológica, creando una mezcla de contrastes y coexistencias que refuerzan una identidad fuerte, sólida pero flexible. En este escenario urbano, una mujer se aventura por las callejuelas y sus pensamientos se ven interrumpidos por la bulliciosa vida que se desarrolla a su alrededor. Los contrastes de aspectos y experiencias se mezclan en las prendas de la colección, entretejiéndose en las fibras para construir su verdadero carácter.



Hidn-Ander

La última colección se centra en las leyendas de la música de los años 80, 90 y principios del 2000, una época de individualidad intrépida. Hidn-Ander recupera ese espíritu de singularidad. Los modelos canalizan el espíritu rebelde de estos iconos y animan a todo el mundo a mirar más hondo, a nadar más allá de la uniformidad sin sentido de la moda dictada por las grandes marcas. Los zapatos Hidn-Ander te permiten sentir tu libertad, tu sentido del yo. Los focos muestran el camino. Las novedades incluyen la nueva AMY: una atrevida fusión de elegancia ballet y comodidad sneaker inspirada en la inimitable Amy Winehouse. La zapatilla simboliza la contradicción y la armonía, como la propia cantante. THREEK es la nueva zapatilla de running futurista, con suela VIBRAM y espíritu aventurero. El programa Animal Free se extiende a las MEGAT y STRIPELESS®, así como a la leyenda que es STARLESS®.



Lola Casademunt by Maite

Nació hace cuarenta años de la mano de Lola Casademunt, convirtiéndose en una empresa líder en el diseño, fabricación y comercialización de ropa y accesorios para la mujer. La colección presentada se llama Kawaii y se inspira en el Japón más contemporáneo y futurista. Se caracteriza por la combinación de tejidos: sedas estampadas con jacquards y tules, así como tejidos gofrados con lentejuelas y brillos. Además, incluye estampados eclécticos y uno de los iconos de la firma, el animal print, adornado con colores saturados y energéticos, como el fucsia y el naranja. Siguiendo esta estética kawaii, las bolsas, mochilas, zapatos y bisutería completan el look total de esta colección urbana con un carácter inconfundible.



Marciano by Guess

Inspirada en los paisajes africanos y en el mundo aventurero de los safaris, MARCIANO fusiona en la colección de mujer lo vintage y lo moderno, dando lugar a looks extraordinariamente seductores. Las prendas, tienen como objetivo marcar la silueta femenina mediante cinturas entalladas, faldas de corte recto, chaquetas, borlas y frunces. Asimismo, la colección, rebosante de elementos florales, animal prints y mucho glamour, presenta una ecléctica gama de pantalones satinados, faldas plisadas, chalecos, tops vaporosos, chaquetas con cinturón y camisas oversize en cálidos tonos tierra o exuberantes colores pastel con lentejuelas. Tampoco faltan los vestidos de encaje, las faldas y los crop tops con un toque étnico. Mientras que las camisas, chaquetas y trajes añaden un toque poderoso y masculino a los atuendos para el día a día. Las camisas translúcidas, con finos bordados, los monos chic y los conjuntos de chaleco y pantalón, en tonos blancos y crema, rememoran el espíritu aventurero de las exploradoras más audaces con el estilo y sello inimitable de la línea MARCIANO by GUESS.



Victoria's Secret



La nueva tienda de Victoria's Secret ha abierto en el centro de Valencia, en una de sus calles más emblemáticas: Calle Don Juan de Austria 26. Situada en el vibrante distrito de la moda de la ciudad, esta tienda está destinada a transformar la experiencia de compra de lencería de lujo. La apertura se realiza en colaboración con Percassi, socio de franquicias de la marca para Italia, Francia, España y Portugal. Victoria's Secret es una marca icónica, reconocida a nivel mundial, que no solo encarna la belleza y la feminidad, sino que también promueve el empoderamiento de las mujeres. Hoy, traemos esta filosofía a Valencia, ofreciendo una experiencia de compra única y una amplia gama de productos que combinan elegancia, innovación y calidad.

Estamos entusiasmados de formar parte de esta dinámica y sofisticada ciudad, y estamos ansiosos por recibir a nuestros clientes, brindándoles un servicio a la altura de sus expectativas. Quisiera agradecer a todo el equipo que ha hecho posible esta apertura y a todos ustedes que están aquí celebrando con nosotros."

La tienda cuenta con diseños innovadores que crean un espacio acogedor, navegación simplificada para guiar sin esfuerzo a los clientes y una experiencia de compra perfecta.

Blue Banana



Blue Banana continúa su expansión en México con la apertura de su segunda tienda, ubicada en el centro comercial Galerías Monterrey de la ciudad homónima. Además, la marca ha inicia-

do una colaboración estratégica con Liverpool, la mayor cadena de almacenes en México, replicando el exitoso modelo que tiene en España con El Corte Inglés. Esta colaboración ya ha dado lugar a 14 nuevos corners distribuidos entre la capital y varias ciudades clave del país.

A lo largo de 2024, Blue Banana ha seguido consolidando su presencia internacional, implementando su estrategia omnicanal tanto en España—donde ya cuenta con 22 tiendas físicas, 20 corners en El Corte Inglés y un outlet—como en el extranjero. Su primera tienda fuera de nuestras fronteras abrió a inicios de año en el centro comercial Santa Fé en Ciudad de México, el más grande del país, y recientemente ha inaugurado puntos de venta en Portugal (Lisboa y Oporto), Grecia, Andorra, Uruguay y Puerto Rico, entre otros.

Blue Banana ha seleccionado Monterrey para continuar su crecimiento en el mercado latinoamericano, con un nuevo espacio de 74 m² diseñado para ofrecer una experiencia inspirada en la naturaleza y la aventura. Los elementos de decoración en sus tiendas siempre incluyen guiños a deportes como el esquí, el surf y el skate, además de pantallas que muestran contenido visual propio, celebrando el espíritu libre y viajero de la marca.

Momonì

Momonì, la prestigiosa firma de moda italiana, sigue expandiendo su presencia internacional con la inauguración de su nuevo punto de venta en El Corte Inglés de Plaça Catalunya, Barcelona, que se suma a los otros seis espacios que la firma italiana ya cuenta dentro de la prestigiosa cadena. Desde el pasado 20 de septiembre, la marca ha ocupado un espacio privilegiado en la primera planta, sección de moda mujer, dentro de uno de los centros más icónicos de la moda en España. La llegada de Momonì a Barcelona subraya su compromiso de acercar a las mujeres cosmopolitas una propuesta basada en libertad, elegancia y artesanía italiana. La firma, creada por Alessandro y Michela Biasotto, se distingue por sus colecciones únicas que fusionan tradición e innovación, transmitiendo el concepto de elegancia relajada, un sello que sigue enamorando a sus seguidoras en todo el mundo.

Guess

Tras el lanzamiento en mayo de su primera tienda de moda masculina en España, GUESS se complace en anunciar el lanzamiento de dos nuevas tiendas GUESS Man en el centro comercial La Zenia Boulevard de Benidorm y en el centro comercial Intu Xanadú de Madrid. Como parte de la estrategia de elevación de la marca GUESS, estas nuevas aperturas reflejan las importantes inversiones de la marca en la categoría masculina, también en términos de calidad e innovación, lo que ha llevado a la necesidad de crear puntos de venta diferenciados, donde los compradores masculinos puedan sumergirse plenamente en un universo hecho a medida exclusivamente para ellos.

La tienda de La Zenia Boulevard, con una amplia superficie comercial de 117 m², y la tienda de Intu Xanadú, con 142 m² de espacio comercial premium, suponen importantes ampliaciones para la marca. La Zenia Boulevard es un vibrante centro comercial que ofrece una amplia variedad de marcas de alta gama, tiendas de moda y joyería, cafeterías y proveedores de servicios. Situado a 20 kilómetros de Madrid, el Intu Xanadú cuenta con una amplia selección de marcas de primera línea, servicios especiales, restaurantes y más de 30 atracciones de ocio, incluida la famosa Snozone, la pista de esquí cubierta más grande de Europa, lo que lo convierte en un destino atractivo tanto para compradores como para turistas.



Lola Casademunt

LOLA CASADEMUNT, la firma de moda y accesorios para mujer, abre en Oviedo su primera tienda en esta ciudad, ubicada en uno de los principales núcleos comerciales de la ciudad, concretamente en la calle Gil de Jaz, 2.

Con este nuevo punto de venta, la firma se estrena en Asturias. Un nuevo store de más de 50m² que, al igual que los inaugurados recientemente, destaca por su diseño y arquitectura con la imagen más actualizada de la firma: colores cálidos que, combinados con materiales nobles, son el escenario perfecto sobre el que sobresaltan y lucen las colecciones de ropa y accesorios de LOLA CASADEMUNT. En este espacio se pueden encontrar colecciones de ambas líneas de la compañía: LOLA CASADEMUNT, -la línea más casual-, y LOLA CASADEMUNT BY MAITE, -la línea premium y más personal de la directora creativa de la firma, Maite Casademunt-, tanto con moda como accesorios.

Esta apertura en la capital del Principado se suma a las recientemente inauguradas en Barcelona (L'Illa Diagonal), Córdoba, Logroño y Málaga; y amplía la lista de puntos de venta propios de la firma, y da sentido a su plan de crecimiento previsto para este año. En suma, LOLA CASADEMUNT cuenta ya con 26 tiendas propias, 4 franquicias, además de 35 corners El Corte Inglés repartidos por la geografía española, y más de 800 puntos de venta multimarca ubicados por todo el territorio nacional y portugués. Y en el canal online, la firma tiene su e-shop www.lolacasademunt.com, y está vendiendo también a través del e-commerce de ECI, en España y Portugal (3 corners en Portugal), de los marketplace Zalando (en 12 países) y About You (en 22 países).

Tropicfeel

Tropicfeel, la reconocida marca de moda y accesorios favorita de los amantes de los viajes, abre su primera tienda en Madrid. A esta apertura, también se le suma la apertura en La Roca Village a principios de octubre. La marca nativa digital apuesta este año por el crecimiento en retail con el objetivo de trasladar su universo a pie de calle y conectar con los viajeros de todo el mundo.

La nueva tienda de Madrid se sitúa en el barrio de Salamanca, en la calle Goya número 55. Se trata de uno de los barrios más emblemáticos de la ciudad, reconocido por su gran afluencia de público nacional e internacional. Por otra parte, se le suma la apertura de la nueva tienda en La Roca Village, uno de los destinos de compras y experiencia más prestigiosos de Cataluña. Ambas tiendas se encuentran en un entorno privilegiado para cualquier marca de moda que aterrizó en el retail. La nueva boutique de Madrid cuenta con 125m² y emplea a un total de cuatro personas. Por otro lado, la apertura de La Roca Village cuenta con 51,02m² y cinco trabajadores. Ambos espacios se caracterizan principalmente por su ambiente viajero marcado por el RELAX & ADVENTURE, que se alinea por completo con la narrativa de la marca. Asimismo, la tienda sigue una estética minimalista que hace brillar a cada uno de los productos de Tropicfeel. En definitiva, cada rincón respira un diseño eficaz y cohesivo que ayudará a crear una experiencia inmersiva en el universo de la empresa.

En ambos locales se podrán encontrar los productos estrella de la compañía, centrándose en sus dos categorías principales. Por una parte, sus zapatillas todoterreno tanto para los viajes más aventureros como para el día a día en la ciudad como las All-Terrain o las Sunset. Por otra parte, encontramos sus famosas mochilas reconocidas por la gran capacidad de almacenaje como la Shelter o el modelo Shell. También se podrán encontrar otros elementos que complementan cualquier escapada así como gorras, botellas, calcetines, accesorios para las mochilas, etc. Además, en algunas tiendas como en la de Madrid, contarán con un corner exclusivo de la última colección de Tropicfeel oficialmente licenciada por la Copa América de Vela y que ha lucido hasta el Rey VI durante su visita en la inauguración de la carrera.

Mimao

En un movimiento estratégico que refuerza su expansión y compromiso con la experiencia del cliente, miMaO, reconocida marca española de calzado, inaugura su primera tienda física en el prestigioso centro comercial ABC Serrano de Madrid. Este hito marca un paso clave en su ambicioso plan de crecimiento, buscando fortalecer su presencia omnicanal y consolidándose como un referente del "made in Spain".

Ubicada en el emblemático centro comercial ABC Serrano, esta nueva tienda exclusiva refuerza la presencia de la marca en el mercado y acerca a miMaO a un público amplio y diverso compuesto tanto por residentes como por turistas. "Madrid es un enclave estratégico que atrae a un gran número de clientes potenciales, lo que representa una gran oportunidad para el crecimiento de nuestras ventas físicas", señalan desde la compañía.

El nuevo espacio permitirá a los clientes descubrir y probar de primera mano los productos de miMaO en un entorno exclusivo, consolidando así la visión de la marca: ofrecer calzado de alta calidad, fabricado en España, con una experiencia de compra excepcional.



Bershka

BERSHKA reabre su flagship en Madrid Gran Vía. La tienda más importante de la capital está ubicada en un edificio histórico situado en la Gran Vía madrileña. El establecimiento de 1200 m², desarrolla su potencial en tres plantas, ubicando las colecciones de BERSHKA, BSK y MAN.

El concepto de la tienda ha integrado la arquitectura brutalista del local, un espacio en el que los elementos estructurales, vigas y pilares de hormigón industrial e incluso las instalaciones, tienen una gran presencia. La arquitectura del proyecto se centra en la utilización de pocos materiales y muy neutros para que la ropa y su colorido sean protagonistas, conectando los espacios de la tienda y sus diferentes plantas a través de escaleras tratadas como elementos escultóricos de madera y metal y nuevos ascensores panorámicos.

Una gran instalación de pantallas de led cuadradas en la zona de la escalera principal, invita por su espectacularidad a recorrer el espacio. También se han creado elementos de exposición sorprendentes, como una gran pared de piedra en la entrada de la tienda que articula la exposición del producto y genera un recorrido visual en todo el espacio, o la espectacular zona de caja ubicada en un rectángulo de columnas con un techo de luz a modo de palio arquitectónico que la identifica claramente.



Tous

TOUS, la firma joyera que hace brillar la creatividad y la autoexpresión, ha abierto las puertas de TOUS Casa Patio, una pop-up store que se convierte en la primera tienda a escala mundial en agrupar bajo el mismo techo los tres conceptos de la firma joyera: TOUS, TOUS Atelier -línea de alta joyería-, y SUOT Studio -joyería experimental-. Con esta apertura, ubicada en la calle Tetuán, TOUS reafirma su apuesta por Sevilla y por Andalucía.

La tienda está ubicada en el número 30-32 de la calle Tetuán y está estructurada en torno a un patio central, donde los clientes podrán reservar cita con un artesano joyero de la firma para diseñar sus propias joyas o grabar piezas especiales.

De esta manera, la marca establece en Sevilla un innovador concepto de tienda con el objetivo de introducir al usuario en el universo TOUS a través de una compra inmersiva y personalizada.

En palabras de Rosa Tous, vicepresidenta corporativa y Reach and Relevance Officer, "este nuevo espacio refleja nuestro firme compromiso, no solo con Sevilla, sino también con Andalucía, y ofrece a nuestros clientes una experiencia única, permitiendo que los tres conceptos de TOUS dialoguen entre sí, reflejando la innovación, la creatividad y la tradición joyera que tanto nos caracterizan y que impregnan nuestro ADN".

Alma en Pena

Desde el 25 de octubre Alma en Pena se encuentra en el corazón de la capital andaluza. Una constatación de la increíble expansión de la firma que se consolida en diferentes puntos del país.

Alma en Pena mejora con un nuevo concepto de tienda, tras la renovación de su flagship en el Barrio de Salamanca de Madrid en 2023. Un concepto renovado y digitalizado, que invita a vivir una experiencia de compra única reforzando su identidad de marca y manteniendo la esencia diferencial del producto Alma en Pena. Este concepto aterrizó también en Marbella, en noviembre seguido de varias aperturas nacionales e internacionales. La marca española abrirá 4 nuevas en Doha, Italia, Francia y en España en Palma de Mallorca.

De la mano de El Corte Inglés cuenta ya con 56 de zapatería y 8 nuevos Corners de moda, con previsiones de 10 aperturas más en 2025. Estos movimientos forman parte del plan estratégico de la compañía, cuya previsión es alcanzar una facturación de 50 millones en 2028.

Las nuevas colecciones de Alma en Pena, con el lanzamiento de su nuevo línea de moda han enamorado a sus clientas desde el primer día. Tras más de 15 años calzando a nuestras clientas, las propuestas de moda han surgido de manera natural con el objetivo de vestir a las mujeres de "pies a cabeza". Se trata de colecciones muy femeninas y versátiles. Propuestas para un "estilo de vida Alma" que acompaña a las mujeres en todas sus versiones, desde el estilo más comfí para el día a día a cápsulas de fiesta para todo tipo de eventos.

Tous

La nueva colección de gafas TOUS representa una explosión de estilo, fresca y color que se traduce en gafas de vista y de sol diseñadas para realzar la personalidad única de quien las lleva. Los modelos combinan tradición y modernidad con detalles distintivos que celebran los motivos emblemáticos de la marca. El «Oso TOUS», icono de la marca, se confirma como elemento imprescindible también en esta colección, adornando las varillas en sus versiones «Icon», que reproduce fielmente el símbolo emblemático de la pieza de joyería, y «New», como un atrevido elemento tridimensional en las varillas. La línea «Essential» combina las letras del logotipo con detalles contemporáneos, ofreciendo un diseño esencial combinado con un toque de modernidad. La familia «Jewellery» destaca por sus preciosos detalles inspirados en las mejores gemas TOUS, creando un look elegante con toques de color. Por último, se presenta una nueva línea para la colección TOUS MANIFESTO, el nuevo emblema de la marca, que se caracteriza por el monograma que entrelaza las letras T y O de la marca, en un atrevido detalle que confiere carácter y personalidad a las varillas.



Kallú



En tiempos de incertidumbre, cuando el coronavirus dejó su huella en la vida, nació la idea: KALLÚ, una marca que va más allá del calzado. Es arte forjado durante un período de adversidad cuando el mundo entero se paralizó. Todo comenzó con el sueño de crear algo único, llamativo y refinado y así sus creadoras dieron vida a su visión del lujo silencioso. Cada par de los zapatos KALLÚ es el resultado de una cuidada selección de

materiales, elaborados en una fábrica donde la calidad está a la altura de marcas de lujo de reconocido prestigio a nivel mundial. Kallú se crea con la idea de brindar comodidad y calidad para tu día a día sin comprometer el estilo y las tendencias. Además de aliviar el estrés de tus pies y ofrecerte la comodidad y tranquilidad que te mereces. En KALLÚ cuidan cada detalle, por eso optan por una línea de alta gama del mercado utilizando las mejores pieles y materiales para garantizar ante todo seguridad, comodidad y durabilidad en el tiempo.

Aristocrazy

La elegancia del ébano y el brillo único del oro de 18k se reúnen en las joyas MÁXIMA de Aristocrazy, una colección que combina el estilo clásico vintage con la innovación y el carácter transgresor único que caracteriza a la firma joyera con un único objetivo: que puedas sacar toda tu fuerza interior y elevarla a la máxima expresión con cada look.

El elegante ébano se incorpora por primera vez al catálogo de materiales seleccionados de Aristocrazy. Eso sí, en su vertiente más suave, femenina y delicada, ya

que su misión inaugural es participar en una nueva colección que, una vez más, se sostiene en ese fino equilibrio entre la inspiración de la joyería más clásica y el carácter transgresor que caracteriza a la firma.

Sin embargo, en esta misión no ha estado sólo, ya que, para conseguir las originales joyas de la nueva colección MÁXIMA, el ébano ha contado con la ayuda del oro amarillo de 18k. La combinación de la madera más noble con el especial brillo de este material, en torno a la plata 925 con la que se conforman las formas orgánicas y naturales de la colección, es el modo más sofisticado y elegante de alcanzar ese equilibrio y alumbrar una colección innovadora y perfecta para las clientas más guerreras y empoderadas.



Luxenter

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.

Desde delicados collares hasta pendientes sutiles y anillos refinados.

Los tonos pastel verde, rosa y azul en esta colección evocan una sensación de paz y armonía, creando un efecto visual que es tanto suave como cautivador.

Las gemas y materiales seleccionados no solo resaltan la belleza natural de estos colores, sino que también aseguran la calidad y durabilidad de cada joya.



GalloBuey

Sumérgete en el mundo de la joyería sostenible con GalloBuey, donde el diseño innovador se une a la responsabilidad ambiental. joyas cuidadosamente diseñadas y elaboradas en un taller local en Teneri-

fe, utilizando materiales ecoamigables como maíz, caña de azúcar y filamentos reciclados.

Cada pieza de la colección no solo está hecha para lucir hermosa, sino también para cuidar de tu piel y del planeta. Con un compromiso inquebrantable con la sostenibilidad, GalloBuey se enorgullece de ofrecer joyas que son respetuosas con el medio ambiente y seguras para tu bienestar.

Rabat Diamonds

En RABAT, cada pieza resulta de un viaje meticuloso desde la selección de la piedra hasta la creación de una joya atemporal y única.

RABAT Diamonds encapsula piezas con diamantes naturales tallados rigurosamente en distintas tallas en una misma joya. Creaciones singulares con luz propia que representan, con cada uno de estos diamantes, el arte del oficio joyero. Las manos expertas de los artesanos RABAT transforman estos diamantes en piezas de ensueño, asegurando que cada joya sea un testimonio de elegancia, belleza y sofisticación. Esta dedicación a la artesanía no solo preserva la tradición, sino que también asegura que cada joya RABAT celebre la maestría artesanal como un verdadero arte.

Cada diamante RABAT es singular y único. El minucioso proceso de selección rige la excelencia de cada diamante siguiendo los estándares más exigentes de la certificación emitida por GIA, donde su pureza, corte, color y claridad son evaluados con el más alto rigor. Además, cada piedra es escogida siguiendo los estándares Kimberley (KPCS), certificación internacional que garantiza la comercialización de diamantes de origen lícito y ético.



Roberto Verino

Elegante y práctica, así es la colección de bolsos de Roberto Verino, con creaciones diseñadas para fusionar en una misma pieza calidad y funcionalidad, además fabricadas con las mejores calidades.

Variada de colores, pieles lisas también con texturas, trenzados en diferentes tamaños y capacidades.



Tous renueva su dirección de Marketing y enriquece su organización para preservar su legado y conectar con nuevos ámbitos de conexión cultural

TOUS, la firma joyera que hace brillar la creatividad y la autoexpresión, continúa apostando por el desarrollo de marca y el talento interno con dos nuevos nombramientos. Anaïs Durand, quien ha liderado el área de Marketing durante los últimos ocho años, ha sido nombrada Brand Development Director, un cargo de nueva creación, mientras que Anna Sió ha asumido la posición de Marketing & Communication Director y se incorpora al comité ejecutivo. Ambas reportarán directamente a Carlos Soler-Duño, consejero delegado de TOUS.

En su nueva posición, Anaïs Durand se enfocará en la consolidación del legado e impacto de TOUS. Entre sus responsabilidades destacan el liderazgo de proyectos clave en el ámbito socioeducativo, que abarca iniciativas como TOUS Future Talent, TOUS School y el reciente proyecto en colaboración con Elisava, TOUS Creative Design Crafts, centrado en el desarrollo de un programa pedagógico que fomentará la innovación y la formación creativa. Además, Anaïs será responsable de la preservación del archivo TOUS Heritage y el legado de TOUS en sus iniciativas de impacto cultural.

El CEO de Mango, Toni Ruiz, recibe el premio Business Leader of the Year 2024 en Nueva York

El consejero delegado de Mango ha recibido el premio 'Business Leader of the Year' de la Cámara de Comercio España-EE.UU. por su contribución a consolidar a Mango como una importante empresa de moda a nivel mundial, con una presencia y reconocimiento en crecimiento exponencial en Estados Unidos.

La empresa ha liderado una de las expansiones más rápidas de tiendas físicas en Estados Unidos en los últimos dos años, aumentando su red de tiendas propias de siete puntos de venta en 2022 a 42 en 2024. En 2025, la empresa acelerará su plan de expansión abriendo más de 20 tiendas, casi dos nuevas tiendas por mes.

Junto con su plan de expansión, la empresa se ha destacado por su contribución a la economía de EE.UU. Entre 2024 y 2026, Mango invertirá más de 100 millones de dólares en el país para abrir estas nuevas tiendas y tendrá un papel relevante en la creación de empleo, aumentando de 30 empleados en 2020 a más de 1,200 para 2025.

Toni Ruiz expresó su gratitud por el premio logrado gracias al esfuerzo de todo el equipo de Mango y destacó el papel clave que representa Estados Unidos para la empresa. "Estamos en el mejor momento de nuestra historia y no hay duda de que el desarrollo del mercado estadounidense es uno de nuestros hitos clave. Nuestro compromiso con Estados Unidos es definitivamente a largo plazo".

La ceremonia de entrega del premio contó con la asistencia de más de 200 representantes de la política, los negocios y los medios de comunicación de Estados Unidos y España. Algunos de los participantes incluyeron a la Embajadora de España en Estados Unidos, Ángeles Moreno; el Subsecretario de Crecimiento Económico, Energía y Medio Ambiente del Departamento de Estado de EE.UU., José Fernández; la Cónsul General de España en Nueva York, Marta de Blas; y el Presidente de la Cámara, Alan Solomont, ex Embajador de EE.UU. en España.

El premio 'Business Leader of the Year' distingue a los líderes empresariales que han hecho una contribución significativa al crecimiento económico de España o Estados Unidos y a la mejora de las relaciones comerciales entre ambos países.

Actualmente, Estados Unidos es uno de los cinco principales mercados de Mango y el principal mercado de ventas online. La empresa tiene como objetivo que el país esté entre los tres primeros en términos de facturación para finales de 2026.

Isabel Sanchís recibe el Premio a la Mejor Diseñadora Española en los Premios Woman Madame Figaro 2024

Isabel Sanchís y su hija Paula Maiques, unas de las diseñadoras más influyentes de la moda española, han sido galardonadas con el Premio a la Mejor Diseñadora Española en la VIII edición de los Premios Woman Madame Figaro 2024, celebrados en el Casino de Madrid.

Durante la ceremonia, las diseñadoras expresaron su agradecimiento por el premio, destacando la perseverancia y el trabajo constante para lograr sus objetivos. Isabel Sanchís compartió con emoción lo que significa este reconocimiento para ella y la importancia de haber transmitido la importancia del esfuerzo y la constancia a sus hijos, mientras que Paula Maiques enfatizó el valor de la colaboración familiar en su éxito compartido. Ambas recordaron a sus vecinos valencianos, quienes necesitan el apoyo de todos tras las consecuencias sufridas por la DANA y agradecieron la ayuda de todos los españoles ante la tragedia.

El galardón llega en un momento clave para la firma, que sigue consolidándose como un referente en el mundo de la moda de alta costura, especialmente conocida por su capacidad para mezclar tradición y modernidad en sus diseños. Isabel Sanchís y Paula Maiques siguen siendo una inspiración para la industria de la moda, destacando por su enfoque innovador y su compromiso con la excelencia.

Maite Casademunt recibe el Premio "We Leadership Awards"

Maite Casademunt, -presidenta y directora creativa de la firma de moda y accesorios para la mujer, LOLA CASADEMUNT-, ha recibido el "Premio de Honor del Jurado" de los "We Leadership Awards" por su labor referente en el mundo empresarial de la mano de la Consellera d'Igualtat i Feminisme de la Generalitat de Catalunya, la Hble. Sra. Eva Menor. Estos premios se otorgaron en la sexta edición de Women Evolution para dar visibilidad y reconocimiento a liderazgos femeninos de ámbitos empresariales muy diversos comprometidos con la diversidad y la igualdad en la empresa.

"Este premio honorífico es la suma del trabajo de toda una vida, pero no solo la mía, sino de mi madre también. Es por ello, un premio que comparto con ella. Para mí, la fórmula del éxito es la pasión, el trabajo, esfuerzo y la formación. Todos estos aspectos son fundamentales para alcanzar grandes cosas en la vida y, espero, que estos reconocimientos sirvan también para motivar a las futuras generaciones para luchar por sus sueños", ha afirmado Maite Casademunt, directora creativa y presidenta de LOLA CASADEMUNT.

Estos galardones se entregaron en el marco del "Congreso WE Barcelona" de este pasado 3 de octubre en el Auditorio de Esade Campus Sant Cugat de Vallès en Barcelona. Esta nueva edición estuvo enfocada en abordar los principales retos de las mujeres de hoy en salud, liderazgo, tecnología, negocios, networking e innovación.



www.edicionessibila.com



La mayor plataforma informativa de la MODA en España

Diaria

Website: www.edicionessibila.com

Diaria

Newsletter: de lunes a viernes

Mensual

PuntoModa Magazine

Mensual

Prensapiel Magazine

Trimestral

Textil y Moda Magazine

HTML

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

Subscripción

Subscríbete enviando un mail a: essl@edicionessibila.com

Media Kit

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

Follow us:

