

PRENSAPIEL

REVISTA PROFESIONAL DEL SECTOR DE LA PIEL



NÚMERO 308 · MARZO 2025 · 18 Euros · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · prensapiel@prensapiel.com · www.prensapiel.com



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)



NUESTRA PORTADA:
HAMMERHOJ

PRENSAPIEL

Director:

José Antonio Blanco
joseantonio.blanco@edicionessibila.com

Redacción:

José Antonio Blanco - Elena Sisó

Departamento Comercial:

essl@edicionessibila.com

Administración y Suscripciones:

essl@prensapiel.com

Edita:

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



PUNTO MODA



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

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

Actualidad

ACTUALIDAD

Destacada participación de Ester Cerdán (Laura Bernal) en el II Congreso Internacional sobre propiedad industrial y publicidad en el sector moda y cosmética

La segunda edición de este evento tuvo lugar los días 6 y 7 de marzo de 2025, organizado por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.



En las diferentes sesiones del congreso, que combinan el formato presencial con el online, están presentes tanto profesionales del sector como marcas de moda, entre las que se encuentra Laura Bernal. Esta presencia de las firmas en los encuentros de la industria es esencial para aportar una visión de negocio fiel a la realidad y destacar la relevancia de un sector que representa el 2,8% del PIB del país.

La comparecencia de Ester Cerdán, fundadora y Directora Creativa de Laura Bernal, fue el viernes 7 de marzo en el segundo día de sesiones. Más concretamente, en la primera sesión del día, que de 10:00 a 10:45 y en el Aula 006 del Edificio Aulario, estuvo centrada en desgranar los Retos de la Industria de la Moda y del Diseño, como son la competencia frente al fast fashion, la lucha contra el green washing o la valoración de la marca nacional por parte de los consumidores.

A Ester la acompañaron otros nombres clave de la moda como son Modesto Lomba, presidente de ACME, Doris Treviños, responsable de Comunicación y Gestión de Moda de la Univ. Villanueva, Beatriz de los Mozos Velasco, CEO de la firma de

calzado Flabelus, Laura Moreno Saez de Tejada, Regional Management Retail en Mango y Juan Mellen, Presidente del Instituto de Diseño de España.

Otros nombres clave del congreso y que participaron en el resto de sesiones son, por ejemplo, Dimas Gimeno, Socio Fundador y Presidente de Wow Concept y Kapita.

Ester Cerdán - Ceo y Co-fundadora de Laura Bernal

Licenciada en Derecho por la Universidad de Murcia. Obtuvo también la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, y se especializó en Fiscalidad y Empresa Familiar. En 2021 completó con éxito el Máster en Internet Business (MIB) en ISDI.

Emprendedora inquieta hace más de 10 años decidió pausar su prometedora carrera en "Tax &Legal" de Deloitte, para luchar por su sueño, la moda.

Silbon apuesta por Barcelona para la nueva apertura de su flagship store

La nueva flagship store responde a una estrategia de posicionamiento basada en la calidad y la experiencia de compra.



La nueva tienda, con una superficie de 190m2, permitirá a la marca cofundada y dirigida por Pablo López exponer de manera más amplia y atractiva sus habituales colecciones de moda masculina y ofreciendo sus nuevas líneas de moda joven y femenina, ofreciendo además un servicio de omnicanalidad que da acceso a todo su catálogo. "Después de 12 años en Barcelona y de las aperturas en L'Illa Diagonal y Calle Tuset, deseábamos un espacio más amplio en Barcelona que nos permitiera mostrar mejor nuestra propuesta y consolidar nuestra imagen de marca en una ciudad clave para nuestro crecimiento", explica López.

Ubicada en una de las zonas más transitadas de Barcelona, la nueva flagship store de Silbon responde a una estrategia de posicionamiento basada en la calidad y la experiencia de compra. "Somos una marca transversal, vendemos un estilo de vida y queremos vestir a diferentes generaciones y géneros. Esta ubicación nos ofrece el equilibrio perfecto entre el cliente residente y el turismo, permitiéndonos afianzar nuestra marca entre las familias catalanas", señala el CEO de la compañía.

Distribución

Krack, el gigante del calzado español, acelera su expansión nacional con Tormo Franquicias Consulting

La marca líder en calzado multimarca busca inversores y emprendedores para consolidar su presencia en el sector retail.



Krack, el gigante del calzado español, acelera su expansión nacional con Tormo Franquicias Consulting.

Krack, una de las marcas más consolidadas en el sector del calzado en España, da un paso estratégico hacia su expansión nacional. Con 35 años de experiencia, 62 tiendas físicas en España y Andorra, y una fuerte presencia en el mercado online en países como Francia, Alemania y Portugal, la compañía busca inversores y emprendedores que quieran sumarse a un negocio rentable y de fácil gestión.

«Nuestro objetivo es crecer junto a emprendedores que quieran formar parte de nuestro negocio y se integren en nuestra cultura. Ofrecemos un modelo probado, sostenible en el largo plazo y con un fuerte respaldo humano, operativo y tecnológico - apunta Marcelo Tournal, CEO de Krack.

Carmila cierra 2024 con un balance positivo y crece en todas sus áreas de negocio

Carmila, propietaria de 75 centros comerciales anexos a hipermercados Carrefour en España, concluye el ejercicio 2024 con un balance positivo en todas sus líneas de negocio. Un logro que consolida su papel como un actor clave en el sector inmobiliario comercial.



Durante el último año, Carmila ha incorporado 185 firmas, divididas casi a partes iguales entre grandes cadenas nacionales e internacionales y operadores de ámbito regional y local. También han renovado más de 265 contratos consolidando la confianza de los operadores ya existentes en su propuesta de valor. Destaca, de igual modo, el éxito de su BONO FRANQUICIA, un innovador programa para franquiciados, inversores y marcas que quieran crecer en centros comerciales. El área de Specialty Leasing ha alcanzado las 1.500 operaciones en el último año, con un notable crecimiento del segmento pop-up, que ha experimentado un incremento del 50% respecto a 2023, con la firma de 150 contratos. Entre ellos destacan las más de 20 marcas nativas digitales que han elegido los centros de Carmila, como Timpers, The Pokes o The Espanista.

Distribución

Sephora refuerza su presencia en Madrid con su nueva tienda en una de las arterias comerciales de la capital

Sephora sigue apostando por la capital con la inauguración de un nuevo espacio de 700m2 en la Calle Goya, 85, una ubicación estratégica en una de las principales zonas comerciales de Madrid.



Con una fachada de más de 30 metros y un diseño que mezcla la arquitectura industrial del siglo XIX y materiales modernos, Sephora Goya está destinada a ser una tienda icónica en el corazón de la capital.

«Madrid se posiciona como una ciudad clave para nosotros, con esta nueva apertura en la calle Goya, enfocada en la innovación y en ofrecer una experiencia de compra única», declara Monica Cigognini, General Manager de Sephora Iberia.

La tienda se distribuye en dos plantas y cuenta con una fachada de más de 30 metros que conecta con la Calle General Díaz Porlier. Su diseño destaca por la incorporación de estructuras curvas metálicas inspiradas en la arquitectura industrial del siglo XIX, en contraste con materiales modernos como el microcemento, creando un ambiente sofisticado y acogedor. Este espacio ha sido diseñado para que los clientes puedan descubrir y experimentar con las últimas tendencias en belleza.

Dentro de sus servicios exclusivos, Sephora Goya incorpora un Beauty Hub con cuatro puestos de maquillaje, el emblemático Brow Bar de Benefit, un espacio para productos "Hot On Social Media", un área dedicada al cuidado del cabello y un espacio de fragancias premium. Además, los clientes podrán disfrutar de un sistema de Self Check-Out, cajas de autocobro que hacen del proceso de compra algo más ágil y cómodo.

Sephora Goya ha sido concebida para ofrecer experiencias únicas y personalizadas, con un enfoque en la asesoría experta de las Beauty Advisors y la implementación de nuevas tecnologías en el proceso de compra. Cada detalle ha sido pensado para brindar un servicio excepcional y adaptado a las necesidades de los clientes.

Álvaro Moreno abre en Vallsur su tienda más grande de Castilla y León

La inauguración ha contado con la visita del fundador de la reconocida firma de moda masculina, que ha acudido a Valladolid para abrir su tienda número 71 en España.



Vallsur ha inaugurado la tienda Álvaro Moreno más grande de Castilla y León, un gran establecimiento con más de 1.000 metros cuadrados que se convierte en el primer outlet que la firma abre en la ciudad y que conlleva la creación de 17 nuevos puestos de trabajo directos en el centro comercial.

Ubicada en la primera planta del centro comercial, este espacio único alberga moda para hombre, niños y su línea destinada a trajes y complementos, en un establecimiento con un diseño muy cuidado y luminoso. Con este establecimiento, la firma suma un total de cuatro tiendas en Valladolid y cinco en Castilla y León. Esta tienda, además de ser la más grande de la Comunidad Autónoma, es el outlet más grande de todo España y el primer outlet de la ciudad.

La inauguración ha contado con la presencia de Álvaro Moreno, fundador de la firma de moda masculina, que ha acudido a Valladolid para la apertura de su tienda número 71 en España, así como de Carolina Castro, gerente de Vallsur.

Álvaro Moreno, fundador de la enseña de moda española ha resaltado que "estamos encantados con esta nueva apertura en Valladolid. Era el concepto que nos faltaba por traer a la ciudad y Vallsur es el escenario perfecto para hacerlo. Gracias a Dios por hacer posible esta apertura, una tienda de más de mil metros que, estamos seguros, encajará a la perfección con el público de la ciudad".

El sector del curtido reafirma su compromiso con la formación internacional a través del programa Erasmus Mundus

La Asociación Española del Curtido (Acexpiel) ha conseguido reunir una quincena de cartas de apoyo de las curtidorías más relevantes del sector y las ha entregado a A3 Leather Innovation Center, entidad de la Universitat de Lleida, para respaldar su candidatura al programa Erasmus Mundus.



Esta iniciativa tiene como objetivo la obtención de becas destinadas a estudiantes destacados en el ámbito del curtido, fomentando la formación de talento especializado y fortaleciendo el ecosistema industrial. La colaboración entre ACEXPIEL y A3 Leather Innovation Center en este proceso refleja el compromiso del sector con la educación y la innovación.

Dado el impacto positivo de este programa en la formación y el desarrollo profesional de nuevos talentos, numerosas empresas que apoyaron ediciones anteriores

han vuelto a sumarse a esta nueva postulación con cartas de respaldo actualizadas. Su implicación refuerza la importancia de la cooperación entre la industria y el ámbito académico para garantizar la continuidad de programas internacionales de excelencia.

A3 Leather Innovation Center y la Universitat de Lleida, han agradecido el esfuerzo de ACEXPIEL y el apoyo recibido por parte del sector, confiando en que esta iniciativa siga generando oportunidades y fortaleciendo la industria del curtido a nivel global.

Inauguración del XtremKuir Week 2025

Creatividad, Innovación y Sostenibilidad al servicio de la Industria de la Piel.

El pasado viernes 21 de febrero se inauguró XtremKuir Week 2025, una iniciativa consolidada de la Escuela Municipal de Arte y Diseño La Gaspar de Igualada, que este año pone el foco en la sostenibilidad, la innovación y la investigación y desarrollo (I+D) en el sector de la piel y la marroquinería, informan fuentes de Leather Cluster Barcelona.

El acto contó con la presencia de representantes institucionales y empresariales como la regidora Patricia Illa, Juan Gallardo, Technical Manager de la Maison Louis Vuitton, Jordi Vidal, Director Ejecutivo de Leather Cluster Barcelona, y Xavier Badia, propietario de Curtidos Badia, vicepresidente del clúster de la piel y presidente de la Cámara de Comercio de Barcelona en la Anoia.

La directora de La Gaspar, en su discurso de apertura, destacó la importancia del XtremKuir Week como un espacio de innovación, creatividad y aprendizaje intensivo. Puso en valor la participación de los estudiantes de los ciclos formativos de grado medio de Artesanía en Complementos de Piel y de Asistencia al Producto Gráfico Impreso, así como de grado superior de Gráfica Publicitaria, Gráfica Audiovisual y Técnicas en Piel, que trabajarán en equipos multidisciplinares para desarrollar proyectos reales con un enfoque profesionalizador. Además, remarcó el compromiso de la escuela con la vinculación empresa-formación, preparando los alumnos con las competencias necesarias para su futura inserción laboral.

La regidora de Deportes y de Formación Profesional, Patricia Illa, destacó en su discurso la gran labor del profesorado de La Gaspar, que sabe sacar lo mejor del alumnado y que, además de docentes, son profesionales del sector. Esto refuerza el carácter profesionalizador de la escuela, asegurando una formación alineada con las necesidades del mercado laboral y la industria creativa.

Uno de los puntos destacados de esta edición es la reutilización de los recortes de piel acabada, un proyecto que La Gaspar está desarrollando conjuntamente con Louis Vuitton y Leather Cluster Barcelona (LCB). Este proyecto se enmarca en los principios de la economía circular y el valor compartido liderado por LCB, con el objetivo de dar una segunda vida a los sobrantes de piel generados por la industria de la marroquinería. Los estudiantes trabajaron en la creación de nuevos productos innovadores, explorando nuevas aplicaciones y procesos que permitan transformar estos materiales en diseños con valor añadido.



AcexPiel y Leather Cluster Barcelona participan del webinar de SGS sobre el cumplimiento del Reglamento EUDR

El pasado miércoles 22 de enero, Leather Cluster Barcelona junto con AcexPiel asistieron a la sesión informativa online sobre el Reglamento de la Unión Europea sobre Deforestación (EUDR).

Bajo el título "Prepárate para cumplir con EUDR: actualización y claves para las empresas" el webinar fue organizado por SGS.

SGS, es la empresa líder mundial en ensayos, inspección y certificación. Reconocidos como el referente mundial de calidad e integridad, trabajan en SGS casi 100.000 personas en todo el mundo y tiene una red de 2.600 oficinas y laboratorios.

AcexPiel y Leather Cluster Barcelona participaron de la sesión con el objetivo de conocer con detalle las obligaciones impuestas por el nuevo Reglamento de la Unión Europea sobre la Deforestación (EUDR).

En este webinar informativo a cargo de Luis Prior, Forestry Chief Operating Officer, de SGS España, se repasaron los principales aspectos de la normativa.

Durante la sesión, se ofreció una visión teórica del reglamento, abordando las obligaciones, los sujetos obligados a cumplirlas y el marco general de aplicación. También las acciones prioritarias para las empresas afectadas, así como recomendaciones sobre las estrategias para adaptar la cadena de suministro y cumplir con la normativa.

No obstante, aún quedan aspectos prácticos por definir, especialmente en lo que respecta a la plataforma que se utilizará para garantizar el cumplimiento de las exigencias establecidas.

Esperamos que, en futuras sesiones, se proporcionen herramientas y orientación práctica para facilitar la adaptación a este nuevo marco normativo que "a priori" entrará en vigor el 1 de Enero del 2026.

Recordemos, que el pasado 29 de octubre de 2024 en la Adobería Bella, Leather Cluster Barcelona organizó una jornada informativa, de análisis y de debate, sobre los desafíos normativos y su impacto en la industria de la piel y las posibles colaboraciones entre asociados de Leather Cluster Barcelona para afrontarlo conjuntamente.

De la mano de los expertos en gestión medioambiental y sostenibilidad, Xavier Marginet de Proyecto Fontanellas y Martí y Diego Navarro de Curtidos Badia, la sesión se inició con una detallada presentación sobre el nuevo Reglamento Europeo sobre productos libres de deforestación o degradación forestal (EUDR).

La piel es uno de los productos derivados enumerados en el Anexo 1 del Reglamento de Deforestación de la UE, a pesar de que no hay ninguna evidencia que sea un factor de deforestación, como lo demuestra el reciente estudio encargado por UNIC y COTANCE y realizado por la Escuela Sant'Anna de Estudios Avanzados de la Universidad de Pisa (Italia). A raíz de estos hallazgos, COTANCE y otras organizaciones del sector han intensificado sus esfuerzos para que la piel sea excluida de la normativa, argumentando que su inclusión carece de base científica y podría generar efectos negativos en la industria del curtido europea, que ya cumple con altos estándares de sostenibilidad y trazabilidad.

Con el objetivo de comunicar a sus socios las últimas novedades, Leather Cluster Barcelona junto con otras asociaciones de la industria de la piel como AcexPiel, están trabajando activamente para tener la información detallada y actualizada sobre el cumplimiento del reglamento EUDR.

Leather Cluster Barcelona imparte formación sobre el proceso del adobado y acabado de la piel a los estudiantes de La Gaspar

Los alumnos del ciclo formativo de Grado Superior de Técnicas en Cuero han participado de un aprendizaje activo con una master class y una visita guiada.



El pasado 23 de enero, los alumnos del ciclo Superior de Técnicas en Cuero de la Escuela de Arte y Diseño La Gaspar de Igualada, recibieron la última sesión formativa, de un total de cinco, por parte de Leather Cluster Barcelona.

A cargo de Jonatan Cuadrado, project manager del clúster, las sesiones forman parte de un programa formativo que consiste en un aprendizaje activo para que los estudiantes de La Gaspar profundicen conocimientos sobre el mundo de la piel.

La formación tenía una doble vertiente, con una parte más teórica y la otra práctica, dando a los estudiantes una visión integral del desarrollo productivo del abono de la piel.

En la Adobería Bella, sede de Leather Cluster Barcelona, Jonatan Cuadrado ha impartido al largo de la formación una master class sobre los procesos, tipos de abono, técnicas de acabados y controles de calidad del cuero.

Complementariamente a la teoría, los alumnos del ciclo formativo de Grado Superior de Técnicas en Cuero de La Gaspar, han podido vivir el proceso de producción del cuero en directo a partir de diferentes visitas en las adoberías de Miret y Compañía de Curtits Badia y de Despell y han podido ver de primera mano, como la industria de la piel es un agente clave de la economía circular en recuperar y reciclar un subproducto del sector de la alimentación porque no acontezca un residuo y revalorarlo en productos elegantes, nobles y útiles a la sociedad.

El bolso Dior Normandíe

El emblemático bolso tote Dior Normandíe, creado por Kim Jones para la colección Dior Verano 2025, refleja el virtuosismo de los ateliers y revela sus depuradas líneas curvilíneas en un diseño atemporal que exige un savoir-faire de excelencia.



La inédita piel graneada, llamada Dior Icons, es el resultado de un complejo proceso de curtido que produce una redondez única y un tacto excepcionalmente suave. Este material incomparable se presenta en tres tonos fascinantes, beige, marrón y negro, mientras que el interior muestra un forro de chevrón con un sutil contraste de color.

La creación, que combina elegancia y practicidad, incluye asas curvadas y una bandolera ajustable, y su compartimento principal se ha adornado con un bolsillo con cremallera y bolsillos planos para las pertenencias.

Colecciones de Piel Montblanc: P/V25



Las colecciones para Primavera/Verano 2025, ideadas por el director artístico de Montblanc, Marco Tomasetta, reinterpretan los códigos atemporales de la firma inspirados en el mundo de la escritura y se caracterizan por las líneas sencillas, una funcionalidad inteligente y tres nuevos colores de temporada: el azul ahumado, un azul claro de tonos grisáceos; el grosella, un intenso color burdeos, y el cayena, una llamativa mezcla de rojo y naranja.

Campomaggi: bolsos joya y clásicos universales en su nueva colección

Campomaggi, la firma de bolsos italianos artesanales presenta su nueva colección para la temporada de primavera-verano 2025.



La marca, que apuesta por diseños sin género orientados por igual a hombres y mujeres, vuelve la vista a las tendencias sin dejar de lado algunos de sus elementos clave, como las tachuelas, el trenzado manual del exterior de muchos modelos o el tintado artesanal que proporciona a cada bolso un acabado único e inimitable.

Marroquinería y Complementos

Naida C. Castel: joyería hecha a mano con alma y creatividad

Todas las piezas de Naida C. Castel están hechas o modeladas a mano en su estudio en Barcelona.

Naida C. Castel nace de un profundo deseo de auto-expresión, que surge desde los momentos más impredecibles que vive su creadora. Momentos que terminan transformándose en piezas llenas de significado. Evitando los convencionalismos, sus joyas se conciben como objetos rebeldes, indómitos, contemporáneos, que van mano a mano y al ritmo de la vida diaria. Desde su estudio en Barcelona, Naida experimenta con piezas que invocan y exploran la espontaneidad de la forma, siempre intentando mostrar la honestidad de los materiales y de su proceso de transformación.

Todas las piezas de Naida C. Castel están hechas o modeladas a mano en su estudio en Barcelona. Todo empieza allí, haciendo pequeñas producciones, piezas únicas y ediciones especiales. Joyas diseñadas y hechas con cariño, utilizando materiales de calidad, como el oro y la plata combinados con cristales y piedras preciosas en crudo.



Las piedras naturales son las protagonistas de la nueva colección de joyas de VIDDA JEWELRY

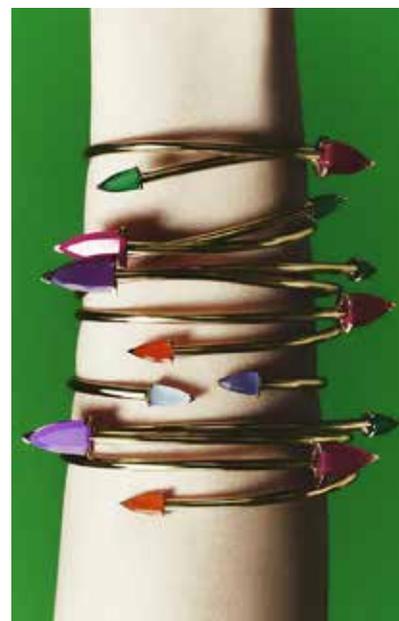


La Colección Hera es una celebración de la naturaleza en su forma más pura y poderosa. Inspirada en los elementos fundamentales de la tierra, fusiona la elegancia del oro de 24 quilates y la plata de ley con la belleza ancestral de las piedras naturales. Cada pieza honra la energía vital que fluye en el interior del planeta y la conexión profunda entre el ser humano y el universo.

Suot Studio lanza su línea Half-Cut 2025

Esta vez, el proyecto se sumerge en el fascinante mito de la gorgona Medusa, una figura que personifica la transformación, la fuerza y la complejidad emocional. Inspirándose en esta poderosa narrativa mitológica, Suot Studio logra fusionar su distintiva propuesta artística con una reinterpretación contemporánea de la leyenda clásica.

Bajo el evocador lema "déjate envolver", esta nueva cápsula se caracteriza por sus voluminosas piezas tubulares en oro y plata de ley. Estas piezas parecen cobrar vida propia al retorcerse y girar sobre sí mismas, generando estructuras que combinan dinamismo y elegancia en cada diseño. El resultado es un conjunto de joyas que no solo destacan por su forma única, sino también por los materiales y técnicas utilizados.



Redescubre el amor por las sneakers con Refresh

Refresh nos devuelve el amor por las deportivas, el calzado que nunca falla en el día a día.



Unas sneakers de Refresh no solo aportan ese toque fresh a cualquier outfit, sino que son el complemento ideal tanto para un domingo relajado como para el look más sofisticado de oficina.

Refresh te propone 3 opciones irresistibles:

172433

Las soccer sneakers están arrasando. Desde que la tendencia retro regresó con fuerza gracias a las icónicas camisetas de equipos de los 90, era solo cuestión de tiempo que también conquistaran el mundo del calzado. Se han convertido en el nuevo imprescindible de las expertas en moda, fusionando nostalgia y estilo en cada paso. Disponibles en varios colores, será muy difícil sólo elegir unas.

172853

Ideales para las amantes de las plataformas, estas sneakers lo tienen todo para ser las más cómodas y estilas de tu armario. Cuentan con un tirador fucsia súper actual que facilita la puesta, una plantilla extraíble para mayor comodidad y un cierre de cordones ajustables que asegura el ajuste perfecto. Su diseño vanguardista combina colores vibrantes que elevarán cualquier outfit.

172850

Los clásicos nunca fallan, y estas deportivas son la prueba perfecta. Con un diseño atemporal que combina líneas limpias, colores y detalles minimalistas, se adaptan a cualquier estilo, desde el más casual hasta el más elegante. Fabricadas con materiales que imitan la piel combinada con nylon, son perfectas para quienes buscan un toque de elegancia sin renunciar a la comodidad. Unas sneakers versátiles que no pueden faltar en el armario de cualquier amante del buen gusto.

Maria Becerra encuentra su propio código con XTI

María Becerra y XTI redefinen la moda urbana con una propuesta innovadora.

Con un enfoque renovado que refleja su esencia contemporánea y elegante, XTI lanza su nueva colección Primavera-Verano, de la mano de la icónica cantante María Becerra.

La joven argentina reconocida por su talento y magnetismo que conecta con millones de personas, se convierte en la perfecta aliada para transmitir el mensaje de XTI: una moda inclusiva, accesible y con un toque audaz que redefine las reglas del estilo urbano y sofisticado.

Bajo el concepto "Your Own Code" la nueva campaña celebra la individualidad y empoderamiento, permitiendo a cada mujer descubrir y definir su propio código a través de la moda. Con el propósito de conectar a las consumidoras con su esencia más auténtica, esta propuesta desafía lo convencional, animándolas a buscar su "código personal" para vivir el verano con confianza, glamour y frescura.





ESPECIALISTAS EN ZAPATILLAS URBANAS



Foot on Mars
sneaker store



@FootOnMars



www.footonmars.com

Chie Mihara rinde homenaje a Balenciaga en Milán con un espectacular zapato

Inspirada en una de las creaciones más icónicas del diseñador, Chie Mihara presenta un zapato de salón en satén de seda rosa que dialoga con la alta costura de Balenciaga y refuerza el vínculo entre la moda y el calzado español.

Chie Mihara, referente internacional en el diseño de calzado femenino, participa en la exposición Balenciaga | Shoes from Spain Tribute con una creación que captura a la perfección la esencia de Cristóbal Balenciaga. Inspirado en la maestría del modisto español, su diseño es un tributo a la sofisticación, la innovación y la artesanía, valores que siguen definiendo la alta costura y el calzado de autor.

Balenciaga, reconocido como "el maestro de todos los diseñadores", revolucionó la moda con su dominio de la estructura y el volumen. Su legado, caracterizado por la pureza de líneas y la precisión en la confección, continúa siendo una fuente inagotable de inspiración. En esta primera exposición monográfica sobre Balenciaga en Italia, organizada por la Federación de Industrias del Calzado Español (FICE) en colaboración con ICEX, 25 diseños contemporáneos de calzado español dialogan con 25 piezas icónicas del diseñador, presentadas en el histórico Palazzo Morando de Milán del 21 de febrero al 2 de marzo. La muestra ha sido declarada de interés cultural por el Comune di Milano

y forma parte del calendario oficial de la Milano Fashion Week.

Para esta ocasión, Chie Mihara ha diseñado un original y atrevido salón de punta fina con tacón de metal dorado, confeccionado en satén de seda rosa bordado a mano con motivos tan divertidos como sofisticados. Este modelo ha sido concebido como el complemento perfecto para una de las creaciones de Balenciaga: el vestido de noche en seda rosa pálido con aplicaciones de lentejuelas y mostacillas doradas, una obra maestra de 1962 que refleja el refinamiento y la meticulosa artesanía del diseñador.

El zapato, realizado en colaboración con el bordador Jesús Rosado, combina la tradición con una visión contemporánea. Su bordado meticuloso aporta textura y profundidad al diseño, mientras que el satén de seda captura la luz con sutileza, evocando el resplandor de las aplicaciones doradas del vestido. El tacón de metal dorado, elegante y arquitectónico, refuerza la sensación de equilibrio entre modernidad y clasicismo, un concepto fundamental en la obra del maestro de la moda.



Wonders se inspira en la Fantasía Submarina esta primavera-verano 2025

El confort y la feminidad son claves en esta colección.

La "Fantasía Submarina" sirve de inspiración para esta nueva colección.

El uso del color será especialmente relevante mediante la aparición de las tonalidades propias del fondo marino que comparten protagonismo con los tonos pasteles más luminosos.

En cuanto a los estilos, las bailarinas, los zapatos tipo Mary Jane, los zapatos de salón kitten heel y por supuesto las sandalias son las estrellas esta temporada.



Calzado

Las Ballet Sneakers de Unisa, una propuesta perfecta para no renunciar a la comodidad esta primavera

Colección primavera-verano 2025.



La comodidad deportiva de unas zapatillas se une con la elegancia coqueta de las bailarinas, dando lugar a un calzado versátil, ligero y sofisticado. Con una silueta slim y suela plana, estas zapatillas reinventan el concepto de confort sin renunciar al estilo.

Marta Lozano protagoniza la nueva campaña SS25 de la firma de calzado Mustang

Tras el éxito de su colección otoño-invierno con Paula Gonu, la marca española vuelve a apostar por un rostro conocido esta temporada.

La nueva colección SS25 de Mustang es un auténtico manifiesto de estilo, en el que cada pieza está diseñada para adaptarse a cualquier ocasión sin renunciar al carácter práctico. Desde los siempre elegantes kitten heels con puntera afilada, hasta las bailarinas en tonos suaves y animal print que prometen convertirse en un imprescindible del armario, la propuesta de la firma se mueve entre la sofisticación y el desenfadado.

Pero, si hay un calzado que destaca en esta colección, son las sandalias planas. Ya sea en versión thong, palas minimalistas o modelos adornados con strass, materiales metalizados y detalles de hebillas, estos diseños encapsulan el espíritu del verano con un aire chic y relajado. ¿La clave? Su versatilidad para transitar del día a la noche con absoluta facilidad



Día Mágico by FIMI celebra su 12ª edición en Valencia los días 16 y 17 de mayo

•La única feria especializada en moda de comunión y ceremonia a nivel mundial reunirá a más del 40% del poder de compra nacional.

Día Mágico by FIMI, la única feria especializada en moda de comunión y ceremonia a nivel mundial, confirma su duodécima edición para los días 16 y 17 de mayo de 2025 en Feria Valencia. Este evento, que reúne a las marcas líderes del sector y concentra todo el poder de compra internacional, celebra 12 años de crecimiento y compromiso con la industria de la moda infantil y ceremonial.

Entre las principales marcas participantes destacan nombres como Anavig, Creaciones Charo, Hortensia Maeso, Beatriz Montero, Querida Philippa, Lovely Day, Lilus, Esperanza Bertrán, Piulín, Kobez o Varones, que estarán presentes en Feria Valencia para mostrar sus últimas colecciones y propuestas.

Desde su primera edición, Día Mágico by FIMI ha triplicado el número de marcas expositoras y ha logrado fidelizar a compradores nacionales e internacionales, consolidándose como el único punto de encuentro profesional del sector. Con más del 40% del poder de compra nacional concentrado en la Comunitat Valenciana y Andalucía, la feria se ha convertido en una plataforma de negocio indispensable y una cita obligada para descubrir las últimas tendencias y novedades.

Para Alicia Gimeno, directora del certamen, "Día Mágico by FIMI no solo es un referente en la moda de comunión y ceremonia, sino también un testimonio del dinamismo y la innovación de la industria de la moda infantil, un evento imprescindible para cualquier profesional del sector". El pabellón 8 de Feria Valencia volverá a acoger esta feria que es sinónimo de excelencia en el mercado global de la moda de comunión y ceremonia.



080 Barcelona Fashion y Rec.0 convocan la 12ª edición del concurso para diseñadores y marcas de moda emergentes



080 Barcelona Fashion y el festival Rec.0 han convocado la 12ª edición del concurso abierto a diseñadores y marcas emergentes para encontrar la mejor propuesta de moda emergente del territorio. El plazo para presentar candidatura está abierto hasta el 4 de abril.

El objetivo de esta iniciativa es promover el talento creativo emergente en el ámbito de la moda y brindarles la oportunidad de participar en una edición de Rec.0, un gran escaparate para promocionar y dar a conocer su marca al público final. Se seleccionará la marca más innovadora en cuanto a diseño y creatividad, teniendo en cuenta aspectos como la sostenibilidad, la circularidad, la producción local, la responsabilidad con el entorno social, económico y territorial, la perspectiva de género, la diversidad de tallas y el potencial de comercialización de los productos.

Este concurso es una colaboración entre 080 Barcelona Fashion, la plataforma de moda organizada por el Departamento de Empresa y Trabajo a través del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda, y el festival Rec.0.

La propuesta ganadora tendrá un espacio de comercialización y promoción en el Rec.0, en la pop-up store de 080 Barcelona Fashion, del 7 al 10 de mayo de 2025, en Igualada. El proyecto seleccionado se dará a conocer el 10 de abril en un acto, donde también se entregará el galardón a la propuesta ganadora.

Textiles Recycling Expo anuncia a TerraCycle como socio de sostenibilidad para la próxima Expo

La Textiles Recycling Expo - Exposición de Reciclaje de Textiles se llevará a cabo del 4 al 5 de junio en Bruselas, Bélgica.



La Textiles Recycling Expo se enorgullece de anunciar su última iniciativa de sostenibilidad en asociación con TerraCycle, líder mundial en el reciclaje de residuos difíciles de reciclar. Como parte de esta colaboración, las innovadoras Zero Waste Boxes de TerraCycle estarán disponibles en la exposición, proporcionando a los asistentes una forma conveniente de reciclar los cordones e insignias utilizadas durante el evento. La Textiles Recycling Expo - Exposición de Reciclaje de Textiles se llevará a cabo del 4 al 5 de junio en Bruselas, Bélgica, las entradas son gratuitas, ¡así que no olvide registrarse aquí!

Esta iniciativa se alinea perfectamente con el compromiso de la exposición de reducir el desperdicio y avanzar en la economía circular. La introducción de Zero Waste Boxes garantiza que los materiales de eventos, que de otro modo podrían contribuir a los residuos del vertedero, se reciclen y reutilicen de manera responsable.

La gerente de operaciones de exposiciones, Peach Harper, dijo: «Con TerraCycle involucrado en el apoyo a nuestras necesidades de reciclaje a través de nuestras conferencias, fueron la elección perfecta para desarrollar esta asociación para nuestra nueva Exposición de Reciclaje de Textiles. Las Zero Waste Boxes serán una característica importante y servirán como una solución innovadora y sencilla para evitar que miles de cordones e insignias vayan a vertederos o incineraciones».

Las cajas de residuos cero de TerraCycle ofrecen una solución simple y efectiva para recolectar y reciclar artículos comúnmente desechados que son difíciles de procesar a través de flujos de reciclaje tradicionales. Una vez recogidos, los cordones y las insignias se clasificarán y procesarán en materias primas reutilizables, contribuyendo a un sistema de circuito cerrado que minimice el impacto ambiental.

El evento está organizado por AMI y respaldado por asociaciones líderes como EuRIC, Fedustria, ReHubs y la Asociación de Reciclaje de Textiles. AMI es un proveedor líder de exposiciones y conferencias internacionales para el mercado del reciclaje, su cartera incluye las Plastics Recycling World Expos que tienen lugar en Europa, EE. UU. e India, además de conferencias centradas en el reciclaje mecánico y químico.

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid cierra su 81 edición abanderando el talento nacional

Durante cuatro jornadas la pasarela del Pabellón 14.1 de IFEMA MADRID ha visto como 37.500 personas han disfrutado de la moda, el talento y la creatividad de 36 diseñadores, 21 consagrados, 10 dentro del programa EGO y 5 Desfiles en la Ciudad.



Mercedes-Benz Fashion Week Madrid concluye tras cinco días de moda, combinando los Desfiles en la Ciudad de la primera jornada, con cuatro de diseño y creación en el recinto ferial madrileño. Así, 37.500 personas han disfrutado de la 81 edición de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid.

La gran pasarela de la moda en nuestro país cierra una edición llena de creatividad, innovación y un fuerte respaldo a la moda española que ha contado con la presencia de 21 diseñadores consagrados; Ágatha Ruiz de la Prada, Ángel Schlesser, Claro Couture, Custo, Erroz, Fely Campo, Hannibal Laguna, Isabel Sanchis, Lola Casademunt by Maite, Malne, Mans, Odette Álvarez, Paloma Suárez, Pedro del Hierro, Simorra, Ynésuelves y Yolancris, de los cuales Álex Rivière, Baro Lucas, JNORIG han sido debutantes y Menchen Tomas ha vuelto tras algunas ediciones fuera del calendario.

Además de las renovadas propuestas de los diseñadores incluidos en la plataforma EGO, de jóvenes talentos Odis, Pat Equilux, Bonet, Alineo Studio, Rtama, Studio Cumbre, Aleixandri Studio, Antonio del Canto, David Moss y Sandra Weil, firma internacional invitada desde MBFWMéxico.

La alianza con el Ayuntamiento de Madrid, a través del programa Madrid Capital de Moda, ha sido clave para reforzar la posición de la capital como referencia en el sector durante el mes de febrero gracias a los dos eventos clave: Mercedes-Benz Fashion Week Madrid y Madrid es Moda.

El Premio L'Oréal Paris a la Mejor Colección, cuya misión es la de poner en valor el talento de los diseñadores consagrados, ha sido para Mans. Mientras que el Premio L'Oréal Paris a la Mejor Modelo premia a la mejor modelo, destacando su elegancia y profesionalidad, ha sido para Andrea Gutiérrez.

En cuanto al galardón Mercedes-Benz Fashion Talent, dirigido a los diseñadores emergentes que han formado parte de la plataforma EGO, ha sido para Aleixandri Studio, sirviendo como ejemplo de compromiso de MBFWMadrid con nueva generación de creadores en su 25ª edición.

Barcelona Bridal Fashion Week (BBFW) 2025 exhibe el presente y el futuro de la moda nupcial en una pasarela icónica

Barcelona Bridal Fashion Week (BBFW) 2025 reunirá a más de 44 firmas nacionales e internacionales. Diseñadores consagrados y talentos emergentes se darán cita en este evento, donde presentarán sus colecciones para la temporada 2026.



Barcelona Bridal Fashion Week, organizada por Fira de Barcelona con el apoyo del Departament d'Empresa y Treball de la Generalitat de Catalunya, reafirma su estatus como plataforma líder, reuniendo en su pasarela a algunas de las firmas más destacadas del panorama nacional e internacional, procedentes de 18 países.

Albasarí Caro, directora del evento, subraya la relevancia de esta edición: "Este año, la pasarela brillará como nunca, con las nuevas creaciones de firmas consagradas y otras de gran proyección que sorprenderán con propuestas innovadoras y originales, y señalarán el camino creativo de la moda para la próxima temporada". Y añade "Las marcas eligen la pasarela de BBFW para mostrar al mundo su arte y el mundo mira a Barcelona para avanzarse al futuro y participar de una auténtica fiesta de la moda global".

Uno de los momentos más esperados de BBFW 2025 será el debut en la pasarela de Vivienne Westwood, firma británica legendaria que presentará su propuesta nupcial para 2026 en la gala de la Bridal Night que se celebrará en la Universitat de Barcelona. Será el primer desfile que la firma dedica exclusivamente a su línea bridal.

Barcelona Bridal Fashion Week reunirá al ecosistema de la industria de la moda nupcial en su próxima edición en el recinto de Montjuïc, donde se presentarán colecciones de moda nupcial, ceremonia, vestidos de noche y accesorios.

Del 23 al 26 de abril, BBFW acogerá los desfiles y del 25 al 27 de abril, la feria contará con más de 450 marcas, el 82% internacionales de 32 países, convirtiéndose en el centro de networking y negocios para profesionales, compradores, emprendedores y operadores del sector nupcial global.

Los organizadores de MICAM, MIPEL, TheOneMilano y Milano Fashion&Jewels califican de «exitosa» esta última edición conjunta tras recibir más de 40.000 visitantes

La conjunción de estos salones ha recibido la visita de 40.449 profesionales.



Las ferias especializadas en calzado, confección y accesorios de moda, MICAM Milano, MIPEL, TheOneMilano y Milano Fashion&Jewels, han concluido sus ediciones «con un notable éxito». Celebradas en Fiera Milano y anticipando la esperada Semana de la Moda de Milán, estos eventos «han reafirmado su importancia en la industria de la moda al recibir un total de 40.449 visitantes profesionales», señalan fuentes de la organización de estos eventos..

De los visitantes profesionales totales, el 45% fueron extranjeros procedentes de 127 países, incluyendo Japón, China, Francia, España, Alemania, Grecia y Turquía, entre otros.

En esta línea, continúan declarando fuentes de la organización, «a pesar del contexto económico global desafiante, los cuatro eventos lograron mantener cifras en línea con la edición anterior, demostrando que el sector del calzado, artículos y accesorios de moda sigue siendo una parte esencial del mundo fashion a nivel internacional. La exhibición de 1.758 marcas, con un 46% de expositores procedentes de 51 países, evidenció la capacidad del formato ferial para fomentar oportunidades de negocio y potenciar sinergias dentro del sector».

Ferias

Construyendo el futuro del retail: Tendencias y experiencias en el próximo Retail Forum 2025

Retail Forum 2025 se celebrará el jueves 27 de marzo en el Centro de Convenciones Norte de IFEMA durante todo el día.

El evento para retailers por excelencia, Retail Forum 2025, celebrará su 13º edición el próximo 27 de marzo en el Centro de Convenciones Norte IFEMA. El congreso, organizado por iKN Spain, principal empresa organizadora de grandes congresos del sector profesional y de formación executive en España, contará con la participación de más de 1.500 asistentes, más 120 speakers y más de 70 patrocinadores.

Retail Forum 2025 ofrecerá una experiencia única con múltiples paneles de expertos distribuidos en tres salas diferentes, y otra sala más dedicada a casos prácticos y de éxito de referentes del sector. Además, habrá un amplio hall de exposición donde diversas marcas tecnológicas instalarán sus propios stands para presentar las últimas innovaciones en el sector del retail.

Este año, el evento se enriquecerá con una amplia gama de actividades experienciales, garantizando que todos los asistentes disfruten de una inmersión total en el mundo del retail.

Paneles de expertos

Este año, Retail Forum se convierte en el centro neurálgico del retail, y ha sido estructurado para potenciar una experiencia inmersiva, el aprendizaje, la innovación y el networking. Los asistentes tendrán la oportunidad de conectar con proveedores, descubrir nuevas tecnologías y acceder a herramientas enfocadas en el crecimiento de sus negocios.

El primer espacio destacable nada más llegar es la Zona de Exposiciones. Con más de 10,000 m2 y más de 70 stands de socios tecnológicos, esta zona será el espacio ideal para explorar las soluciones más innovadoras que el sector retail tiene para ofrecer.

Retail Forum es un espacio para compartir conocimientos, por eso expertos y grandes directivos de diferentes empresas de retail compartirán todas las novedades del sector, tanto a nivel tecnológico como en todos sus campos. Estos paneles de expertos y casos de éxito se realizarán en 4 salas diferenciadas por colores, y en cada una de ellas se abordará una temática concreta.

Sala Orisha será el escenario principal donde se celebrarán la plenaria, la sesión especial "Generative Customer Experience: AI Gets Personal" y el foro "Women Leaders in Retail: Mujeres que lideran la innovación y transformación del retail".

En la sala verde se estrena por primera vez este año la sesión "Retail Líderes", donde se presentarán los casos de éxito más innovadores y las estrategias de las empresas que están revolucionando el sector.

La sala azul estará dedicada al poder de los datos y la IA para transformar la toma de decisiones y personalizar la experiencia del cliente.

En la sala amarilla se darán todas las conferencias dedicadas a la evolución del retail con omnicanalidad total, eCommerce, tienda física y pagos en la era de la IA.

Estas ponencias serán realizadas por directivos y expertos de retailers tan importantes como Alcampo, Norauto, Freshly Cosmetics, Sabor España, Decathlon, Leroy Merlin, Eroski, Casa del Libro, Repsol, Mediamarkt, Nude Project, La Casa de las Carcasas, Grupo Uvesco (BM Supermercados), Blue Banana Brand, Miravia, o Wow Concept, entre muchos otros.

Las experiencias que ofrece este congreso para sus asistentes

Retail Forum 2025 será más inmersivo e interactivo que nunca, ya que contará con un área que permite a los asistentes vivir en primera persona el futuro del retail a través de distintos espacios temáticos y experiencias:

Donut Fest. Los asistentes podrán empezar su día con un café y un donut de la mano de Shopfully.

Durante toda la jornada, Retail Forum acogerá la Tienda del Futuro, un espacio exclusivo con pases privados dentro del evento.

Aquí los asistentes podrán experimentar todas las últimas tecnologías aplicadas al punto de venta, desde pagos sin fricción hasta experiencias de compra inmersivas.

Una de las novedades este 2025 es el espacio Big Ideas, al que sólo se puede acceder mediante pase. Este está compuesto por un auditorio denámico donde se presentarán ponencias revolucionarias de 15 minutos sobre grandes innovaciones y casos de éxito en el retail, alternándolas con espectáculos de esgrima, boxeo, hip-hop y tango.

Ruleta Retail Forum. Un juego interactivo donde los asistentes podrán ganar premios exclusivos participando en actividades diseñadas para conectar con las últimas tendencias del retail.

La Experience Zone de Retail Forum también contará con otras actividades interesantes para los asistentes:

Beauty Corner. Una sesión express de belleza. Quien quiera podrán realizar su manicura, disfrutar de un maquillaje profesional o atreverse con un toque de glitter.

Artesanos. Un espacio para explorar productos únicos y conocer de cerca el proceso creativo de artesanos que apuestan por la autenticidad.

Transformation Talks. Conversaciones exclusivas con líderes del sector que están redefiniendo el futuro del retail. Tendencias clave para impulsar la transformación del negocio.

Retail Wall con IA. Esta actividad ofrece la oportunidad de descubrir tu nuevo yo con IA, y dejar un recuerdo en el muro de fotos de #RetailForum25.

Para más información sobre Retail Forum 2025: <https://www.retailforum.es/>



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:

