



PRENSAPIEL

REVISTA PROFESIONAL DEL SECTOR DE LA PIEL



NÚMERO 310 • MAYO 2025 • 18 Euros • Diputación, 180, 1º C • 08011 BARCELONA • Tel. +34 932 265 151 • prensapiel@prensapiel.com • www.prensapiel.com



MOMAD

En coincidencia con
intergift
bisutex
madridjoya

MÁS
INFORMACIÓN



**Ven y muestra tus colecciones
en el Salón Internacional
de Moda, Calzado y Accesorios.**

**11-13
Sep 2025**

ifema.es





NUESTRA PORTADA:
SKFK

PRENSAPIEL

Director:

José Antonio Blanco
joseantonio.blanco@edicionessibila.com

Redacción:

José Antonio Blanco - Elena Sisó

Departamento Comercial:

essl@edicionessibila.com

Administración y Suscripciones:

essl@prensapiel.com

Edita:

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



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

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

Actualidad

ACTUALIDAD

Conclusiones de la Jornada ICO - Observatorio Textil y Moda (OTYM): Financiación pública para impulsar la transición del sector

El encuentro reunió el pasado 2 de abril a cerca de 50 directivos y responsables financieros de empresas vinculadas al textil y la moda, y respondió al compromiso del Observatorio como espacio de encuentro, información estratégica y acompañamiento para la transformación verde y digital de las cadenas de valor del sector en España.

Durante la jornada, los equipos del ICO presentaron en detalle las herramientas financieras disponibles para impulsar proyectos de sostenibilidad, competitividad e internacionalización, con especial atención a las líneas ICO VERDE e ICO EMPRESAS.

El acto fue inaugurado por Juan Parés, presidente del Observatorio, quien subrayó que el sector "no puede esperar a que se impongan los cambios desde fuera" y apeló a "una respuesta proactiva desde dentro de la industria". A continuación, Blanca Navarro, directora de Estrategia del ICO, remarcó que el compromiso de la institución con sectores como el textil "va más allá del crédito: es una apuesta por la reindustrialización desde la sostenibilidad". Ambos ofrecieron una breve visión sobre el momento actual del sector y las oportunidades que ofrece la financiación pública como palanca de transformación.

Tras estas intervenciones, se expusieron las principales líneas de financiación, tanto directas como mediadas, a cargo de Jorge Ferreira, director de Financiación Directa a midcaps y pymes, y Rosalía Martos, técnica del Área de Mediación con Entidades Financieras.

Rosalía Martos detalló las condiciones, destinatarios, importes y modalidades de las principales líneas mediadas, como ICO Empresas e ICO Crédito Comercial para financiación nacional, y ICO Internacional, ICO Exportadores y Canal Internacional para operaciones internacionales. También explicó los productos específicos orientados a la digitalización y sostenibilidad, como ICO RED.ES ACELERA, KIT DIGITAL y ICO MRR VERDE, vinculados a la Adenda al PRTR. La presentación incluyó una guía práctica sobre la documentación necesaria para tramitar estos préstamos a través de entidades financieras colaboradoras.

2025.04.02 Financiación Mediación ICO Textil Descarga

Por su parte, Jorge Ferreira contextualizó las líneas directas como una vía de apoyo adaptada a las necesidades de las empresas del sector que enfrentan importantes desafíos relacionados con los elevados costes iniciales de su transición sostenible, su necesidad de adaptación a las nuevas regulaciones ambientales y una presión competitiva creciente junto con limitaciones aparentes en áreas clave de innovación o digitalización. Y, a su vez, destacó que estas líneas pueden servir para reducir costes operativos, reforzar la imagen de marca, facilitar el acceso a nuevos mercados, anticipar las adaptaciones normativas y acelerar innovaciones clave.

2025.04.02 Financiación Directa ICO Textil_JorgeDescarga Decreto Ómnibus

En la parte final de la jornada, se abordó el impacto del Decreto Ómnibus en los procesos de financiación empresarial, a través de una mesa redonda moderada por José Monzonís, director general corporativo del Observatorio. Participaron Valentí Pich, presidente del Consejo General de Economistas, Pedro Guerrero, responsable de Asuntos Europeos y Estrategia de la AEB, y Carmen Aparicio Pardo, jefa de Área de RSE en CEOE. Los tres coincidieron en destacar la necesidad de proporcionar claridad normativa, mejorar la colaboración entre entidades públicas y privadas, y asegurar que la nueva regulación sea un catalizador –y no una barrera– para el crecimiento de sectores industriales estratégicos como el textil.

Como conclusión, señalar que la jornada permitió visibilizar el potencial de estas herramientas financieras para facilitar la transición del sector hacia una economía más circular con impactos directos en áreas como la descarbonización, tratamiento de residuos, la gestión hídrica en procesos, el ecodiseño de productos o la movilidad sostenible. En el caso de las ayudas del PERTE de Economía Circular, estas líneas del ICO pueden actuar como complemento o vía de cofinanciación clave.

Y, entre las recomendaciones compartidas para acceder a estas líneas de manera eficaz, se destacó la importancia de:

- Definir claramente los proyectos.
- Planificar estratégicamente las inversiones.
- Explorar alianzas con otros actores.
- Contar con asesoramiento técnico especializado.
- Preparar la documentación con antelación.
- Y contactar de forma proactiva con los equipos del ICO.

Distribución

MKR trend makers inaugura su nueva flagship store en Sevilla

Un espacio emblemático que redefine la experiencia de compra en el corazón de Sevilla.



La ciudad de Sevilla ha sido testigo de la inauguración de MKR trend markets, un evento que redefine la experiencia de compra y posiciona a la capital andaluza en el mapa del lujo contemporáneo. La cita tuvo lugar en la emblemática Plaza de la Gavidia, 6, un enclave estratégico que se convertirá en el punto de encuentro para amantes de la moda, el diseño y la innovación.

MKR trend markets surge como una extensión del compromiso de MKR trend makers con la excelencia y la vanguardia. Este nuevo espacio está orientado al segmento Luxury, acogiendo una cuidada selección de marcas consagradas, así como creadores de tendencia y diseñadores emergentes internacionales de primer nivel. La propuesta busca ofrecer experiencias de compra memorables, donde cada detalle está pensado para sorprender y deleitar a los visitantes.

ARKET abre una nueva tienda en los Países Bajos

La marca nórdica de moda y estilo de vida ARKET abrirá una nueva tienda en Leidschendam en 2025. Ubicada en el Mall of the Netherlands, será la tercera tienda física de la marca en el país, tras las aperturas anteriores en Ámsterdam y La Haya.



Con sede en Estocolmo, Suecia, ARKET es una marca de estilo de vida contemporánea creada para simplificar las buenas decisiones e inspirar una vida cotidiana más bella. Sus colecciones incluyen ropa y accesorios para mujer, hombre y niños, así como artículos esenciales de decoración para el hogar.

«Estamos encantados de continuar nuestra expansión en los Países Bajos, un mercado donde nuestro concepto y nuestras colecciones han tenido una gran acogida por parte de la comunidad local», afirma Pernilla Wohlfahrt, directora general de ARKET.

La nueva tienda ofrecerá una selección curada de ropa y accesorios para mujer y hombre, productos de cuidado corporal y objetos de diseño para el día a día.

Distribución

Londres se viste de Casoná: la marca aterrizza en Reino Unido con su POP UP en Sensus

La firma continúa su expansión internacional con una experiencia en el corazón de Londres.



Hay marcas que nacen con estrella, y luego está CASONÁ, que nace con conciencia, estética y alma. Fundada por las visionarias Carmelá Osorio Lugo e Inés Sainz, la firma española que ha conquistado el corazón de quienes buscan moda con propósito, cruza fronteras y escribe un nuevo capítulo de su historia: su desembarco en Londres.

Llega a España la campaña "Summer Different - Tu Ciudad, Tu Verano" de Foot Locker

Foot Locker impulsa a las voces locales a través de alianzas con colectivos en toda Europa.



Foot Locker siempre ha sido un defensor del compromiso con la comunidad, utilizando su influencia como marca para impulsar cambios positivos en las comunidades de las que es parte. Para fortalecer estas relaciones, la marca se asocia ahora con colectivos creativos basados en Reino Unido, Italia, Francia y España.

VEJA en Madrid: sostenibilidad, diseño y comunidad en el corazón de la capital

Desde su llegada a Madrid, VEJA ha consolidado su presencia en España a través de un espacio que va más allá de una tienda.



Un lugar donde sostenibilidad, diseño consciente y compromiso social se encuentran.

Cada detalle del interior ha sido pensado para transmitir los valores de VEJA: desde el uso de materiales reciclados y naturales hasta el mobiliario funcional de inspiración minimalista. Más que un punto de venta, este espacio actúa como una plataforma para educar, inspirar y conectar con una comunidad creciente que busca consumir de forma más consciente.

Desde su fundación en 2005, VEJA apuesta por una producción ética y trazable: utiliza algodón orgánico, caucho del Amazonas, cuero libre de cromo y poliéster reciclado para fabricar sus zapatillas en fábricas de alta exigencia social en Brasil.

La tienda de Madrid materializa ese compromiso en el contexto local, acercando su filosofía a nuevos públicos.

Ubicada en Calle del Barquillo, 44, en una de las zonas más dinámicas de Madrid, la tienda VEJA refleja el universo de la marca francesa con una propuesta arquitectónica que prioriza materiales de bajo impacto, líneas limpias y una experiencia de compra honesta y transparente. Con este espacio, VEJA refuerza su visión de que la moda puede ser sinónimo de transparencia, justicia social y diseño duradero. Una tienda que no solo se visita, sino que se vive.

COTANCE destaca el papel de la mujer en la industria europea del cuero

COTANCE destaca en la segunda edición de su boletín especial de marzo la figura de tres mujeres de Italia (Barbara Mastrotto, de Rino Mastrotto), España (Irene Tarazona, de INCUSA) y Portugal (Laura Castro Gonçalves, de A. Castro & Filhos), cada una representando un grupo de edad, función laboral y trayectoria profesional diferente dentro de este sector.



Marzo es sin duda un mes para celebrar la figura de las mujeres: su fuerza, su ambición y su impacto. Después del abrumador éxito de la edición de marzo de 2024, COTANCE ha querido hacer de esto una tradición. Este año ha querido profundizar en las historias no contadas de las increíbles mujeres que trabajan en la industria europea del cuero. Desde romper barreras hasta dominar el oficio, sus viajes son tan audaces y resistentes como el cuero que ayudan a crear.

La segunda edición del boletín especial de COTANCE cuenta así con tres mujeres de Italia, España y Portugal, cada una

representando un grupo de edad, función laboral y trayectoria profesional diferente.

Sus historias destacan la pasión, la resiliencia y la oportunidad, lo que demuestra que la industria del cuero está llena de posibilidades para aquellos que están listos para desafiar las convenciones.

Al compartir sus experiencias, COTANCE espera inspirar a más mujeres a explorar carreras en este sector en evolución, uno en el que el talento, la habilidad y la determinación importan más que nunca.

Carlos Criado releva a Luis Guichot en la presidencia de FUR MADRID

Carlos Criado contará con el apoyo de María Luisa Sanz, designada como secretaria general de Fur Madrid, y Carlos García, como vicepresidente.



Fur Madrid Asociación de Peletería de la Comunidad de Madrid ha celebrado su Asamblea General anual. En el transcurso de la misma el hasta ahora presidente Luis Guichot informó que, por razones de su jubilación, declinaba seguir siendo presidente de Fur Madrid.

Guichot ya había sido dos veces reelegido en este cargo, habiendo ostentado el mismo al frente de las Federaciones nacionales FEPYCM y FUR SPAIN. En esta línea, agradeció a todos los compañeros las muestras de reconocimiento que recibe a diario de toda España y del extranjero por su trayectoria y buen hacer en el honor de haber presidido durante ocho años al Sector a nivel nacional y en la Comunidad de Madrid, siendo ampliamente agradecido y aplaudido por todos.

El relevo al frente de la presidencia de FUR MADRID ha recaído en Don Carlos Criado, gerente de Fábrica de Peletería de Colmenar, quien seguidamente designó como secretario general a Doña María Luisa Sanz y vicepresidente a Don Carlos García.

La Asociación Española del Curtido reclama al ICEX más ayudas para la internacionalización de las empresas del sector

Acexpiel reclama más apoyo para la participación en ferias y la eliminación del criterio de temporalidad en las ayudas.



ACEXPIEL participó en la reunión organizada el pasado lunes 17 de marzo en la sede de la Unió Empresarial de l'Anoia con motivo de la visita de una delegación de ICEX España Exportación e Inversiones. Este encuentro tenía como objetivo conocer las inquietudes del tejido empresarial en materia de internacionalización y fortalecer las vías de apoyo a las empresas exportadoras.

La Unió Empresarial de l'Anoia es una asociación empresarial apolítica creada en 1982 y que tiene la misión de representar y defender los intereses de las empresas de la comarca de la Anoia, fomentando el crecimiento económico y la innovación.

ICEX España Exportación e Inversiones es la entidad pública empresarial que fomenta la prosperidad de la economía española a través de la internacionalización tanto de empresas españolas que quieren abordar nuevos mercados como de compañías de capital extranjero que valoran España como destino para sus inversiones. Apoyándose en las Oficinas Económicas y Comerciales y en la red de Direcciones Provinciales y Territoriales de la Secretaría de Estado de Comercio

del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, apoya a empresas y ecosistemas productivos mediante servicios de alto valor añadido para la internacionalización.

Durante la reunión, que contó con la presencia de Elisa Carbonell, consejera delegada de ICEX; Vanesa Álvarez, directora de Proyectos de Inversión Extranjera de ICEX-Invest in Spain; y Rosario Gelabert, directora territorial de Comercio y de ICEX Catalunya, se presentaron distintas herramientas de apoyo a la internacionalización, como el programa ICEX Vives y los servicios de asesoramiento personalizado de la red de oficinas económicas y comerciales en el exterior.

ACEXPIEL aprovechó la ocasión para trasladar a ICEX la necesidad de incrementar las ayudas para la participación de los curtidores en ferias internacionales, una herramienta clave para la expansión del sector. Además, se hizo especial hincapié en la importancia de modificar el actual criterio de temporalidad de 5 años en las ayudas a las ferias, solicitando su eliminación o, en su defecto, su ampliación a un período más largo, como 10 años.

Desde ACEXPIEL «consideramos fundamental que se refuercen las políticas de apoyo a la internacionalización, especialmente en sectores estratégicos como el de la piel, para garantizar la competitividad de nuestras empresas en los mercados internacionales», declaran fuentes de la organización. «Seguiremos trabajando para que nuestras demandas sean escuchadas y se traduzcan en medidas concretas que beneficien al conjunto del sector», concluyen.

La Escuela Superior de Diseño ESDI organiza una exposición de proyectos de piel en el showroom de Inter Leather

El pasado 7 de abril a las 18:30h, la Escuela Superior de Diseño ESDI, centro adscrito a la Universidad Ramon Llull, presentó una muestra de proyectos realizados por su alumnado de Moda en el showroom de la empresa de pieles Inter Leather, ubicado en la calle Brusi, 39 de Barcelona.

La exposición forma parte de las actividades impulsadas en el marco del convenio de colaboración firmado entre ambas entidades, con el objetivo de impulsar el talento creativo y fortalecer los lazos entre universidad e industria, así como promover la investigación, el desarrollo y la exposición de prendas y propuestas en piel.

Las piezas expuestas han sido diseñadas por el alumnado de tercer año del Grado en Diseño mención Moda de ESDI-URL, que han creado dos colecciones cápsula con pieles facilitadas por INTER LEATHER. En el evento no solo se han presentado las prendas, sino también los books del proceso creativo y las piezas visuales desarrolladas por estudiantes de ESDI, los cuales también forman parte del proyecto.

Los trabajos presentados surgen de un enfoque interdisciplinar, que combina la creación de prendas con procesos artesanales, investigación de materiales y dirección de arte.

La actividad permitirá poner en valor tanto la calidad del trabajo del alumnado como el papel fundamental que juega la colaboración entre escuelas y empresas en el desarrollo de futuros profesionales del diseño.

Con esta iniciativa, ESDI e INTER LEATHER refuerzan su compromiso con una formación de calidad, conectada con la realidad del sector y orientada a fomentar la innovación desde las aulas.

Este compromiso también pasa por la creación de la BECA JOAN GALLÉS que INTER LEATHER otorga a un estudiante del Grado en Diseño mención Interiores de ESDI, presentada en el mismo evento, y que consistirá en un 50% de descuento para cursar el 4º año de carrera universitaria en base a méritos académicos y de potencial talento.

Leather Cluster Barcelona participa del encuentro con el ICEX organizado por la Unión Empresarial de la Anoia

El pasado lunes, 17 de marzo, Jordi Vidal, director ejecutivo de Leather Cluster Barcelona, participó de la reunión de la delegación del ICEX, en la sede de la UEA (Unión Empresarial de la Anoia). El clúster ha ido a la jornada con el propósito de tener información detallada y actualizada sobre las últimas novedades en ayudas, subvenciones e inversiones internacionales, con el objetivo de comunicarlo a sus asociados.



ICEX, España Exportación e Inversiones, es una entidad pública empresarial de ámbito estatal que tiene como misión promover la internacionalización de las empresas y la promoción de la inversión extranjera. Adscrito a la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, el ICEX tiene una red de 31 Direcciones Provinciales y Territoriales de Comercio en España y 105 Oficinas Económicas y Comerciales en el exterior.

La asociación empresarial, UEA, tiene la misión de representar y defender los intereses de las empresas de la Anoia, fomentando el crecimiento económico y la innovación con la visión de la de consolidar la Anoia como un polo de actividad económica diversificado, competitivo y conectado con los mercados globales.

La Unión Empresarial de la Anoia ha organizado este encuentro con el fin que el ICEX conozca de primera mano las inquietudes del tejido empresarial de la Anoia ante la internacionalización.

La visita, que empezó con una reunión a la sede de la Unión Empresarial de la Anoia, que ha sido encabezada por Elisa Carbonell -consejera delegada de ICEX-, Vanesa Álvarez -directora de Proyectos de Inversión Extranjera de ICEX Invest in Spain-, y por Rosario Gelabert, directora territorial

de Comercio y de ICEX de Cataluña; y ha contado con una veintena de asistentes, entre los cuales, Jordi Marcè, regidor de Promoción Económica del Ayuntamiento de Igualada; el presidente de la UEA, Joan Mateu y su gerente y secretaria general Paula Arias, y otros miembros de la Junta Directiva y de la comisión de Inversiones de la entidad; empresas de la comarca de la Anoia que tienen una fuerte presencia internacional como Talleres Felipe Verdés, Maquinària Agrícola Solà y Meritem.

Además de Leather Cluster Barcelona, han estado presentes otras asociaciones empresariales y agentes económicos como la oficina de inversión y captaciones de la Mancomunidad de la Conca de Odena; Acexpiel (Asociación Española del Curtido) y Modacc (el Clúster Catalán de la Moda y el Textil).

El objetivo de esta jornada ha sido poner sobre la mesa como la Anoia cuenta con un tejido empresarial potente y dinámico, pero también con una fuerte vocación y bagaje exportador, y sin perder de vista que las empresas deben adaptarse a los cambios globales, mantenerse a las tensiones geopolíticas y seguir la actualidad económica para tomar decisiones estratégicas acertadas: "Somos conscientes que para crecer y consolidarnos en los mercados internacionales, necesitamos un acompañamiento firme y decidido: y por esto, se debe incrementar el presupuesto para la internacionalización, especialmente en sectores estratégicos de nuestra economía; fortalecer la colaboración publicoprivada, aprobar el conocimiento y la capacidad de organizaciones empresariales como la nuestra para desplegar políticas de internacionalización efectivas; impulsar la captación de inversión promoviendo la Anoia como destino atractivo para empresas nacionales e internacionales, pero sobretodo, trabajar conjuntamente con ICEX con el fin que las empresas de la Anoia puedan aprovechar al máximo los programas y recursos de ayuda a la exportación y la implantación exterior", afirmó el presidente de la UEA, Joan Mateu.

Además, el presidente de la Unión Empresarial de la Anoia, expuso

la importancia de disponer una estrategia coordinada entre empresas, administraciones y entidades y organismos de apoyo a la internacionalización y a la inversión con el fin que "la Anoia sea todavía más competitiva y tenga mayor presencia en los mercados internacionales".

En esta línea, las representantes de ICEX en este encuentro han presentado una serie de herramientas y acciones que se impulsan desde el organismo español con el fin de acompañar e impulsar a las empresas de cualquier sector a la internacionalización. Una de ellas ICEX Vives, un programa de formación que tiene como objetivo fomentar la internacionalización de las empresas españolas mediante la incorporación de talento joven. También se han presentado los servicios que se prestan a través de la red de 105 oficinas económicas y comerciales en el exterior, como servicios personalizados, identificación de socios potenciales, agenda B2B, apoyo en destino y asesoramiento personalizado sobre las estrategias de expansión concretas de cada empresa.

La reunión finalizó con una ronda de intervenciones, dudas y sugerencias por parte del tejido empresarial de la Anoia asistente.

A pesar que las empresas asociadas a Leather Cluster Barcelona exportan más del 80% de la producción, la internacionalización sigue siendo un área estratégica clave del clúster. En este sentido, Leather Cluster Barcelona, tiene un grupo de trabajo específico de internacional formado por los socios del clúster: Miret, Colomer 1792, Splenda, Despell y Combalia. Este grupo de trabajo, está desarrollando proyectos con el fin que tanto el clúster como sus empresas asociadas tengan más visibilidad y proyección internacional.

Leather Cluster Barcelona es un entorno de cooperación competitiva para promover proyectos estratégicos transversales y transformadores con el objetivo de impulsar el ecosistema del sector de la piel en el marco de las políticas de Valor Compartido. El clúster es una entidad acreditada dentro del programa Catalonia Clusters y cuenta con el apoyo de Acció.

Leather Cluster Barcelona se suma a la celebración del Día Mundial de la Piel

Impulsada por Leather Naturally es la cuarta edición de la campaña global en defensa de la piel y su industria.



El Día Mundial de la Piel de este año se conmemoró el 26 de abril de 2025. Esta iniciativa global tiene el objetivo de crear consciencia en la población sobre los atributos positivos de la piel.

Lanzado por primera vez en 2022, el Día Mundial de la Piel es un movimiento global, promovido por Leather Naturally y con el apoyo de asociaciones y organismos del sector de la piel de todo el mundo, dedicado a celebrar el cuero como material y promover una comprensión más profunda de la industria de la piel.

El organismo internacional, Leather Naturally actúa como portavoz global de la industria de la piel para promover el uso de cuero certificado y fabricado de forma responsable, proporcionando información fiable e inspiración para consumidores, diseñadores y marcas.

"Beyond The Surface"

El lema de este año "Beyond The Surface" quiere promover una visión más profunda del cuero como material y romper estereotipos erróneos que parte de la sociedad percibe sobre la piel y su industria.

Este año Leather Naturally busca reflexionar sobre el cuero como material y desafiar los prejuicios y juicios superficiales. La campaña "Beyond The Surface" se

centra en tres pilares clave:

Transparencia: La producción de cuero es transparente y conforme a todas las normativas, ya que las adoberías que procesan la piel de los animales son periódicamente auditadas y solo utilizan productos químicos estrictamente regulados. Las adoberías también cumplen rigurosos estándares de higiene y de medio ambiente. Como resultado, los productos de cuero finales cumplen con los requisitos de las marcas y las ONG en cumplir con las Listas de Sustancias Restringidas (RSLs).

Sostenibilidad: La producción moderna de cuero prioriza la sostenibilidad, y muchas adoberías están certificadas por organizaciones como Leather Working Group, Sustainable Leather Foundation o Aquei Leather Audit. Estas certificaciones garantizan el cumplimiento de estrictos estándares ambientales, que incluyen el uso responsable del agua y la energía, la gestión de residuos y el control químico. Además, muchas adoberías y organizaciones de la industria de la piel llevan a cabo el Análisis del Ciclo de Vida (Life Cycle Assessments) para evaluar y reducir el impacto ambiental del cuero desde la materia primera hasta el producto acabado.

Longevidad: El cuero posee propiedades físicas y químicas únicas que lo convierten

en un material duradero. La excepcional durabilidad del cuero permite su reparación, reutilización y readaptación, lo que le convierte en un material con una larga vida útil. Su combinación única de resistencia, transpirabilidad y comodidad lo distingue de las alternativas sintéticas. Estas cualidades hacen del cuero una opción natural, resistente y sostenible, ideal para una sociedad circular.

La piel como referente de la economía circular y ejemplo de moda sostenible

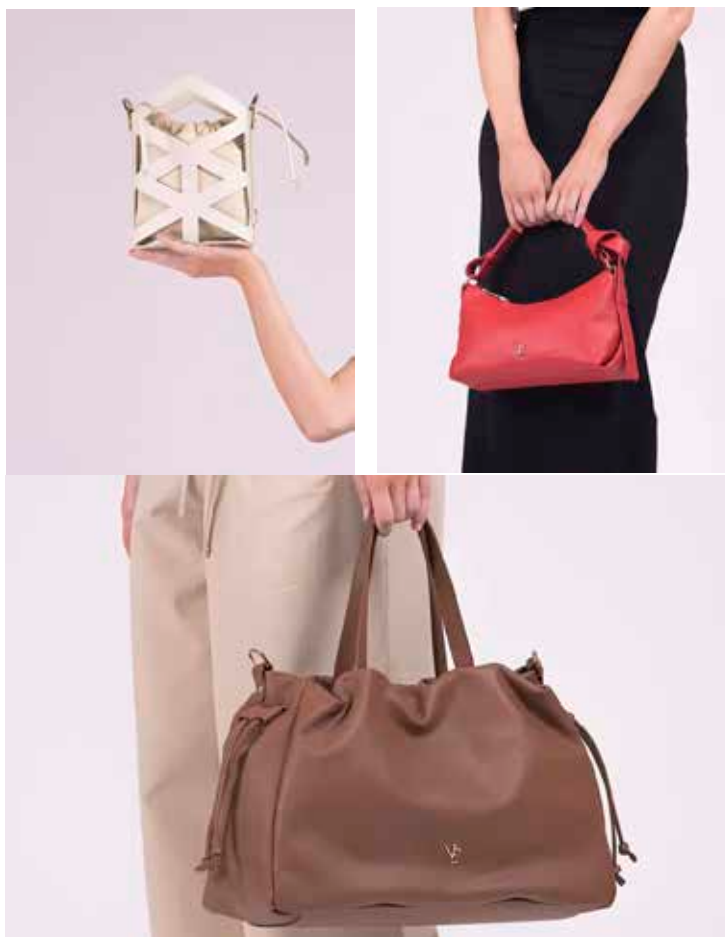
La piel es un subproducto, consecuencia del consumo de carne, fuente principal de proteína para más del 90% de la población de todo el mundo. La industria de la piel recupera y recicla este subproducto porque no sea un residuo y lo revalora en productos elegantes, nobles e útiles en la sociedad.

Leather Cluster Barcelona apoya la iniciativa y se suma a la celebración del Día Mundial de la Piel, revindicando la piel como referente de la economía circular y ejemplo de moda sostenible.

En este Día Mundial de la Piel, Leather Cluster Barcelona reafirma su compromiso con el uso sostenible de los recursos naturales, el mínimo impacto ambiental en la producción y la gestión eficiente de los residuos y subproductos que genera el sector de la piel.

La firma vasca Naiara Elgarresta reivindica el poder de lo eterno con su nueva colección heritage

Porque en un mundo donde todo se vuelve efímero, apostar por lo atemporal es el verdadero lujo.



En un mundo que gira a gran velocidad y donde las tendencias cambian con cada temporada, hay valores que permanecen inalterables: la elegancia de las piezas bien hechas, el valor de los diseños atemporales y la belleza de lo auténtico.

Inspirada en estos fundamentos, la marca vasca de bolsos NAIARA ELGARRESTA lanza esta primavera-verano su nueva colección Heritage.

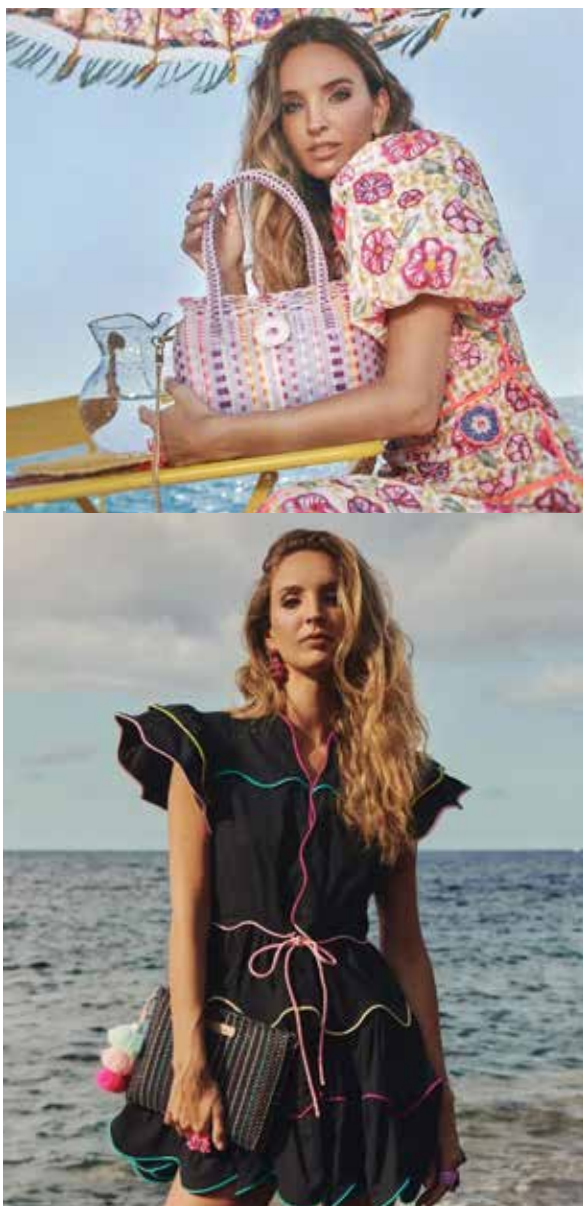
Una propuesta que reivindica la esencia de la marca, el equilibrio entre tradición y modernidad, la artesanía cuidada, y una estética depurada que apuesta por la longevidad frente a la inmediatez.

Cada bolso de la colección Heritage ha sido diseñado y elaborado de manera artesanal, con materiales de alta calidad y un profundo respeto por el proceso creativo. Una oda al saber hacer, al detalle que marca la diferencia, y a las historias que trascienden temporadas.

Heritage rinde homenaje a la herencia de la moda, recuperando la esencia de los bolsos que han marcado época y reinterpretándolos con una visión fresca y actual. Es el equilibrio entre lo clásico y lo contemporáneo, entre la sofisticación y la funcionalidad. Son piezas creadas para acompañarte hoy, mañana y siempre, porque el verdadero estilo no entiende de modas pasajeras.

Celia B x Squeeze De Citron: los bolsos más deseados del verano

Una colección que convierte el reciclaje en arte y la artesanía en el complemento estrella de la temporada.



La nueva colaboración entre Celia B y Squeeze De Citron: una colección de bolsos que captura la esencia misma del verano con una estética que vibra al ritmo de los trópicos.

Hay colaboraciones que nacen del deseo de sorprender, y otras –como esta– que parecen dos piezas de puzzle que encaja a la perfección, dibujadas en una paleta de colores tropicales. Celia B y Squeeze De Citron unen fuerzas esta temporada para dar vida a una colección cápsula de bolsos que recoge el alma viajera, la alegría explosiva del color y el lujo artesanal.

Marroquinería y Complementos

Karl Lagerfeld y Amber Valletta lanzan su última colaboración: bolsos tote únicos junto con la 'ethical fashion initiative'

La inspiradora colección de 320 bolsos de edición limitada ha sido cuidadosamente diseñada y elaborada a mano por artesanos de Burkina Faso y Kenia.

La Maison KARL LAGERFELD y la Embajadora de Sostenibilidad Amber Valletta presentan un bolso tote de edición limitada y numerado individualmente, meticulosamente cosido a mano por artesanos de Burkina Faso y Kenia. Esta tote presenta un diseño único que rinde homenaje al patrimonio creativo, promueve el empoderamiento femenino y apoya el desarrollo sostenible. Combinando los métodos artesanales tradicionales con la estética del diseño moderno, este bolso es elegante y se adapta perfectamente al estilo de vida actual.

«Esta tote es más que un bolso – celebra la creatividad, la comunidad y el diseño reflexivo», afirma Amber Valletta, Embajadora de Sostenibilidad de KARL LAGERFELD. «Colaborar en este proyecto ha sido una experiencia energizante, que pone de manifiesto nuestra interconexión y la belleza de honrar el patrimonio tradicional junto al diseño contemporáneo.»

KARL LAGERFELD invitó a la 'Ethical Fashion Initiative' (EFI) a aportar su experiencia y conocimientos locales a los procesos creativos y de producción del bolso. El objetivo de la EFI es crear empleo, fomentar el comercio y mejorar la calidad de vida en las comunidades rurales y marginadas de África.



Tiwi presenta KABUKKI: la reinención de las gafas de aviador



Una vez más, la enseña nos sorprende con un lanzamiento que promete no pasar desapercibido: KABUKKI, un modelo de gafas inspirado en la estética retro que rinde homenaje a los icónicos años 80. Este diseño, con su silueta de aviador al más puro estilo Terry Richardson, se posiciona como el complemento estrella de la temporada.

Joyas de Majorica que siempre aciertan: básicos que no pueden faltar en tu joyero



Majorica, la marca con más de 135 de historia en joyería y creación artesanal de perlas orgánicas, presenta su selección de joyas imprescindibles: piezas atemporales, versátiles y con ese twist que encaja en cualquier look, cualquier día.

Thomas Sabo aporta aún más versatilidad con Charm Club Connect

Charm up your life.



El siguiente nivel para estilos de joyería individuales: los aficionados a la joyería de todo el mundo adoran el Charm Club de THOMAS SABO desde hace 20 años - ahora el coleccionismo se vuelve aún más flexible, creativo e individual. Con el nuevo concepto Charm Club Connect, los charms pueden combinarse de formas completamente nuevas.

Esto es nuevo: además de los charms originales con cierre de langosta, ahora hay charms Connect con un discreto ojal que pueden engancharse a collares y pulseras charm especiales. Gracias a los nuevos eslabones Connect, que se pueden abrir, existen innumerables nuevas opciones de estilo.

Al mismo tiempo, todos los charms originales con cierre de langosta siguen siendo compatibles.

Este nuevo desarrollo trae consigo nuevas e interesantes combinaciones.

Sobre todo para las cadenas hay ahora nuevas opciones de estilo, que encajan perfectamente con la actual tendencia a la personalización y facilitan aún más la combinación.

Como de costumbre, THOMAS SABO se mantiene fiel a sus elevados estándares de calidad: todos los charms están fabricados en plata de ley 925 reciclada y algunos están acabados con un baño de oro de 18 quilates. Las piedras de circonita engastadas a mano y el colorido esmalte crean un aspecto inconfundible.

UNode50 aterriza en el marketplace online de Nordstrom como parte de su estrategia de expansión en EE.UU.

UNode50 continúa con su plan de expansión internacional con la incorporación al Marketplace de Nordstrom, uno de los principales referentes del retail premium en Estados Unidos.

Este e-commerce, que combina marcas consolidadas y propuestas emergentes, es un canal estratégico para firmas internacionales que desean posicionarse en el mercado estadounidense.

Esta colaboración refuerza la presencia digital de UNode50 en su segundo mercado más importante, Estados Unidos, y le permite llegar a nuevos públicos alineados con su posicionamiento: Una marca de joyas singulares y sin complejos cuyo diseño y fabricación se hace en España, con las que buscan despertar el brillo de las personas que las llevan en cualquier parte del mundo. Valores y posicionamiento que comparten con el grupo Nordstrom, quienes ayudan e inspiran a sus clientes a expresar su propio estilo más allá de sólo comprar moda.

En palabras de Asher Azulay, Vicepresident North America de UNode50: "Esta alianza nos permite ampliar nuestra presencia

en el canal online estadounidense y reforzar nuestro posicionamiento como marca de joyería premium con una historia única que contar."

Javier González de Vega, Head of Marketplace de UNode50, comenta que "Entrar en el marketplace de Nordstrom es un paso natural dentro de nuestra estrategia digital en EE.UU. Su plataforma nos ofrece visibilidad, prestigio y acceso directo a un consumidor exigente, que valora la autenticidad y el diseño con alma."

Nordstrom se suma así a otros marketplaces online en los que ya opera la compañía como son El Corte Inglés, Palacio de Hierro, Amazon, Macy's y TikTok Shop.

En cuanto a los puntos de venta físicos, UNode50 está presente en más de 70 países, cuenta con más de 80 tiendas propias y está presente en cientos de puntos wholesale en todo el mundo, en los que trata de afianzar su propuesta de rebranding mucho más emocional, natural y aspiracional.



bisutex

En coincidencia con:

intergift
madridjoya
MOMAD



**Salón Internacional de la
Bisutería y Complementos.**

**11-13
Sep**

2025

ifema.es

**IFEMA
MADRID**

TOMS se une a Rocky Barnes para celebrar la icónica Alpargata en su campaña SS25

TOMS da la bienvenida a la temporada Primavera/Verano con una campaña que rinde homenaje a los pequeños momentos que dan forma a nuestra rutina. La protagonista es Rocky Barnes – influencer, diseñadora y emprendedora estadounidense –, que posa junto a su familia desde su hogar californiano en una serie de imágenes que capturan la belleza de lo cotidiano.

Esta nueva propuesta sitúa de nuevo en el centro a la Alpargata, el modelo que dio origen al movimiento TOMS y que hoy sigue siendo un símbolo de comodidad y versatilidad.

En esta colección, la Alpargata se renueva con una paleta de colores actualizada, nuevos tejidos y sutiles detalles que refuerzan su carácter atemporal. La propuesta incluye modelos que reinterpretan este clásico desde distintas perspectivas: para ellas, destacan la elegante silueta Alpargata Valencia, el sofisticado modelo Rope 2.0, la versión minimalista Alpargata Plus, y Carolina Lace-Up, con un toque femenino y versátil ideal para el día a día. Para ellos, la colección presenta Alp FWD, una versión más moderna y atlética del slip-on tradicional.

También se han incluido diseños actualizados para los pequeños exploradores, como la Alpargata Classic Kids, que ahora incorpora un extra de comodidad.



Elsa Pataky celebra 10 años con Gioseppo en Madrid

Elsa Pataky, embajadora de la marca española de calzado Gioseppo, ha regresado un año más a España para presentar la nueva colección de la firma, y celebrar su historia de amor que ya supera los 10 años.

Para celebrar estos diez años de colaboración, Gioseppo organizó una exclusiva Boho Party en la terraza Oroya del Hotel Edition en Madrid. Durante el evento, Elsa compartió sus modelos favoritos y lució uno de ellos: las sandalias ZOLA, un diseño de piel metalizada con cuña forrada de yute, adornado con abalorios y tachas. Estas sandalias cuentan con planta de piel tipo serraje, suave y acolchada, cierre ajustable en el tobillo y una cuña de 10 cm. que aporta altura sin renunciar a la comodidad.

Con un look bohemio que adelantaba las claves del verano, Elsa posó radiante ante los medios mientras presentaba la nueva campaña de Gioseppo Woman. Una colección que incluye sandalias planas de inspiración romana, mules con flecos y cuñas con carácter, y que rinde homenaje a una historia de amor profesional que ya cumple diez años.



Calzado

UGG tiene las sandalias que no te querrás quitar esta primavera

Las sandalias de UGG se convierten en el complemento perfecto para cualquier plan este SS25.

UGG da la bienvenida a la primavera con sus sandalias, una novedosa propuesta pensada para acompañarte también en los días de sol. Sin dejar atrás su inconfundible comodidad y estilo relajado, los nuevos modelos (desde plataformas hasta slides) se convierten en el complemento perfecto para cualquier plan, ya sea una escapada de fin de semana o una tarde de terracedo en la ciudad. Una colección diseñada para pisar fuerte esta temporada sin renunciar al confort característico de la marca.



Natural World Eco y El Ganso presentan su primera colaboración: una zapatilla sostenible con sello español

Natural World Eco y El Ganso, dos marcas españolas con alma familiar, se unen por primera vez para lanzar una zapatilla que fusiona sostenibilidad, diseño y carácter.

Esta alianza entre Natural World Eco y El Ganso nace del respeto por el producto bien hecho, la fabricación local y una manera más consciente de entender la moda. Ambas marcas, con raíces familiares y espíritu innovador, apuestan por unir fuerzas para ofrecer una propuesta que conecta con un consumidor exigente, comprometido y con ganas de marcar estilo sin renunciar a sus valores.

La colaboración gira en torno al icónico modelo de Natural World Eco, reinterpretado con un diseño que combina la estética clásica y actual de El Ganso con la fresca y naturalidad propias de Natural World.



Las sandalias de esparto de FitFlop que darán vida a tu armario esta primavera

Las sandalias de esparto de Fitflop combinan el encanto rústico del esparto con la tecnología de confort que caracteriza a la marca.

Inspiradas en el espíritu relajado de la temporada y con un toque natural que nunca pasa de moda, las sandalias de esparto de Fitflop combinan el encanto rústico del esparto con la tecnología de confort que caracteriza a la marca. Su diseño versátil y ligero las convierte en el calzado perfecto para acompañarte desde un paseo por la ciudad hasta una escapada de fin de semana. Esta primavera el esparto será tu mejor aliado para disfrutar del buen tiempo con cada paso.



La nueva colección SS25 de Hot Potatoes redefine la comodidad... y sale a la calle

¿Quién dijo que el confort tenía que quedarse en casa? Hot Potatoes, la marca que conquistó nuestros pies con sus irresistibles zapatillas de estar por casa sale a la calle esta temporada con una colección que sube la temperatura y nos invita a pisar fuerte.

Así nace (Very) Hot Potatoes: la colección más versátil, atrevida y cómoda del verano. La marca no ha venido a cambiar el mundo, sólo a hacerlo más cómodo y divertido.

Para la primavera/verano 2025, la marca presenta su primera línea de chancas tipo slip-on, pensada para seguirte el ritmo donde sea que vayas. En casa, en la calle, en la piscina o de terracedo. Porque cuando la comodidad se ve tan bien, no hay por qué esconderla.

Esta colección está diseñada para ser vivida. Porque ya no se trata solo de estar cómodo, sino de hacerlo con estilo y sin límites. Las nuevas Hot Potatoes incorporan una innovadora doble plantilla intercambiable para que elijas cómo y dónde llevarlas: una plantilla de fylon, ideal para exteriores, amortigua cada paso y resiste al agua sin perder ligereza; y una plantilla de toalla suave, pensada para interiores, es ese abrazo mullidito que tus pies siempre agradecen. Ambas opciones se colocan fácilmente sobre una base flexible, ergonómica y ligera.



exporivaschuh

the fair that moves the world

co-located with

GARDABAGS
CONNECTION INTELLIGENCE



Where things happen.

14/17 June 2025

Riva del Garda • Italy

103RD edition

Organised by



In cooperation with



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



SCAN THE CODE AND
VISIT OUR WEBSITE!
EXPORIVASCHUH.IT



#exporivaschuh #gardabags

Líderes de Alibaba.com, Miravia, Destinia, Just Eat, Ikea o Alain Afflelou se citarán en el Retail Tech Fest para desvelar sus claves de éxito en ecommerce

En el encuentro internacional, que tendrá lugar del 10 al 12 de junio en Málaga, se compartirán estrategias digitales, experiencias y testimonios para impulsar las ventas online de grandes empresas, pymes y startups.



Con un peso cada vez mayor en la economía comunitaria, el sector del retail representa ya el 11,5% del valor añadido de la Unión Europea y da empleo a cerca de 30 millones de personas. Como consecuencia de esta relevancia en la esfera internacional y del papel estratégico que la innovación tecnológica desempeña en su evolución, Adigital y DES - Digital Enterprise Show 2025 coorganizarán por primera vez el Retail Tech Fest, el nuevo punto de encuentro de referencia para el ecosistema minorista y de comercio electrónico.

Del 10 al 12 de junio en Málaga, el Retail Tech Fest mostrará la evolución del ecommerce, explorando las últimas tendencias, innovaciones digitales y estrategias para tener éxito en este mercado altamente competitivo. En él, los directivos asistentes conocerán cómo adoptar la IA en toda la cadena de valor de la industria, cómo integrar la Realidad Aumentada, la Virtual y Extendida, los desarrollos que están transformando el servicio al cliente o la automatización de la cadena logística.

Estos y otros retos se abordarán en un evento que busca conectar al conjunto de ejecutivos del sector, descubrirles soluciones de vanguardia y forjar alianzas estratégicas que impulsen su crecimiento. Para ello, el Retail Tech Fest contará con una zona expositiva, donde se presentarán las últimas iniciativas tecnológicas destacadas del ámbito, y con sesiones especializadas en las que se explorarán las últimas tendencias e innovaciones en comercio electrónico.

El Retail Tech Fest dispondrá de un exclusivo programa de conferencias compuesto por grandes voces que servirán de inspiración para la nueva era de retail. Así, en sus escenarios se subirán representantes de marcas de peso en el mercado digital como es el caso de Arianna Iseppi, Country Lead de Alibaba.com; Yann Fontaine, CEO de Miravia; David Cerdán, Director of Strategy and Business Intelligence de Just Eat; o de Ricardo Fernández, CEO de Destinia, la agencia de viajes en línea, que ha sido pionera en certificar su sistema de inteligencia artificial. Todos ellos examinarán las perspectivas del entorno online señalando las

mejores prácticas para adaptarse a la demanda cambiante.

Con el objetivo de abordar el compromiso con la descarbonización estará Laura Durán, Directora General de Desarrollo de Negocio y Sostenibilidad de Ikea, que compartirá su enfoque en materia de ESG. Por su parte, Daniel Arribas, Director General de Consumo en el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, será el encargado de explicar las estrategias que siguen desde la administración para asegurar un crecimiento del ecommerce en España seguro y transparente, tanto para las compañías como para los clientes.

El elenco de expertos del sector se completa con Fares Kameli, CIO de La Casa de las Carcasas, una de las cadenas especializadas con mayor expansión del mundo, que ha conseguido distribuir más de 900 tiendas a nivel global, al que le acompañarán los CIO de AR Hotels & Resorts, Lucía Martínez, y del directorio en línea, Top Doctors, Jordi Cusido.

Junto a ellos, también se podrán escuchar las experiencias de Gerardo Casas, Ex - Head de Ecommerce en la popular cadena internacional de juguetes, ToysRUs; Nuria Bello, Head of Ecommerce en Conforama, la firma sobre equipamiento del hogar que tiene más de 50 establecimientos en la Península Ibérica; Francisco Castejón, CEO en Pienso y Mascotas, web de referencia en España y Portugal focalizada en productos para el cuidado animal, y de Antonio Fagundo, Presidente de Masaltos, el comercio electrónico de calzado que vende en más de 120 países.

Igualmente, el Retail Tech Fest citará a especialistas del dato de la talla de Aitor Farragut, Chief Data Officer en España de Alain Afflelou, o de Justo Hidalgo, Chief AI Officer en Adigital. De la misma asociación acudirá su presidenta Susana Voces, quien es también la directora general de Eventim España, la matriz de Entradas.com; y Jordi González, Director del Observatorio de Comercio Electrónico, que surgió en la organización impulsar la internacionalización y el crecimiento de la pyme a través de la digitalización de su canal de ventas.



Nueva ubicación para TWODAYS: ›KAP.ONE‹ refuerza la presencia de Düsseldorf como núcleo de la moda europea

Tras trasladar TWODAYS desde el Areal Böhler hasta Rheinterrasse, el evento presenta una segunda ubicación estratégica bajo el nombre de ›KAP.ONE‹, ubicada en Karl-Arnold-Platz 1, una dirección con gran reconocimiento en el sector textil y comercial.



La reconocida empresa organizadora de ferias de moda Igedo Exhibitions GmbH & Co. KG continúa innovando y adaptándose a las nuevas necesidades del sector, anunciando una importante ampliación de su propuesta en la ciudad de Düsseldorf. Tras haber trasladado el formato TWODAYS desde su anterior sede en el complejo industrial Areal Böhler hasta el emblemático edificio de la Rheinterrasse, la firma presenta ahora una segunda ubicación estratégica bajo el nombre de ›KAP.ONE‹, ubicada en Karl-Arnold-Platz

1, una dirección con gran reconocimiento en el sector textil y comercial.

Este nuevo espacio, que muchos profesionales aún identifican como la antigua sede de los showrooms de van Laack y, anteriormente, Luisa Cerano, se convierte ahora en un enclave clave para reforzar la experiencia ferial en la ciudad. La planta baja y el sótano del edificio han sido alquilados temporalmente por Igedo Exhibitions, ofreciendo así una solución flexible y rentable para todas las partes implicadas.

"Hemos logrado alquilar este espacio actualmente vacío de forma temporal. Es lo que llamamos una auténtica situación win-win-win: beneficiosa para el propietario del inmueble, para nuestros clientes expositores y para nosotros como organizadores", afirma con entusiasmo y una sonrisa Philipp Kronen, socio gerente de Igedo Exhibitions.

La directora general, Ulrike Kähler, añade que esta nueva ubicación no solo supone una ampliación física, sino también una evolución del concepto: «Con ›KAP.ONE‹ damos vida a un segundo emplazamiento de gran solidez, perfectamente alineado con nuestro consolidado Concepto de Showroom. Además, permitirá a aquellas marcas y firmas que necesiten estar más de tres días en Düsseldorf disponer de un entorno profesional y cómodo durante un periodo extendido, sin tener que ceñirse únicamente a las fechas centrales del evento TWODAYS."

Una de las principales novedades de esta edición es la creación de dos sedes complementarias –Rheinterrasse Düsseldorf y ›KAP.ONE‹– que funcionarán de forma coordinada durante dos grandes ediciones a lo largo del verano de 2025:

TWODAYS Edición nº1

Fechas del evento principal: del 19 al 21 de julio de 2025 Coincide con los Düsseldorf Fashion Days

Participación de Neonyt Düsseldorf y Showroom Concept

Showroom Concept ›KAP.ONE‹ estará operativo desde el 18 hasta el 21 de julio

TWODAYS Edición nº2

Fechas del evento principal: del 23 al 25 de agosto de 2025

Showroom Concept ›KAP.ONE‹ disponible desde el 22 hasta el 25 de agosto

Además, como parte de la atmósfera relajada y acogedora que se busca generar, Igedo Exhibitions invita los sábados por la tarde a todos los participantes a un evento social tipo "sundowner" en la terraza exterior de la Rheinterrasse, desde donde se podrá disfrutar de una vista privilegiada del río Rin. Un entorno perfecto para hacer networking, intercambiar ideas y consolidar relaciones profesionales.

Pitti Uomo 108 anuncia a Post Archive Faction (PAF) como Guest Designer para su próxima edición



En su próxima edición –la número 108– Pitti Immagine Uomo (Florencia, Fortezza da Basso, 17-20 de junio de 2025) destacará presentaciones y eventos definidos por una investigación estilística original y ecléctica.

El Guest Designer para junio de 2025 será Post Archive Faction (PAF), la marca de moda masculina fundada por los jóvenes diseñadores coreanos Dongjoon Lim y Sookyo Jeong. En Florencia, PAF organizará un evento especial concebido específicamente para Pitti Uomo y su audiencia internacional. Este desfile especial como Diseñador Invitado cuenta con el apoyo de Pitti Immagine y la Agencia de Contenido Creativo de Corea.

«Desde hace varias temporadas en Pitti», dice Lapo Ciani, Director de Comunicaciones y Eventos en Pitti Immagine, «hemos prestado especial atención a la cultura y estética de Corea del Sur. Es un mercado en crecimiento, altamente significativo para la moda italiana y para la feria –considerando la fuerte participación de periodistas y profesionales del sector en Pitti Uomo pero también un terreno fértil para descubrir la nueva generación de diseñadores de moda y jóvenes creativos que se destacan por su versatilidad y capacidad para conectar diferentes lenguajes y disciplinas artísticas.»

En las últimas temporadas, PAF ha ampliado aún más los límites de las normas estéticas, explorando nuevas técnicas, materiales y siluetas.

Madridjoya impulsa la excelencia como colaborador en la Jornada Nacional del Made in Italy en la Embajada de Italia

El Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia se celebrará del 11 al 14 de septiembre en IFEMA MADRID.



Con motivo de la Jornada Nacional del Made in Italy, el pasado 7 de abril la Embajada de Italia en Madrid acogió un exclusivo evento dedicado a la alta artesanía de la joyería italiana: "Lazos preciosos, corales y camafeos de Torre del Greco visitan Madrid". En esta celebración sobre la tradición, la belleza y el saber hacer italiano, Madridjoya tuvo el honor de colaborar activamente como colaborador, reforzando su compromiso con la promoción de la excelencia joyera internacional.

La participación de Madridjoya, feria de referencia para la industria joyera en España, fue fundamental en la convocatoria de profesionales del sector, lo que permitió enriquecer el diálogo y el intercambio comercial entre Italia y España. Este vínculo se vio reforzado con la presencia de seis prestigiosas empresas italianas especializadas en el trabajo del coral y el camafeo: Antonino De Simone, Aucella, De Simone Fratelli, Evanueva, Grazia Mazza y Mattia Mazza.

La presencia de Madridjoya en este evento reafirma su papel como plataforma de encuentro entre culturas joyeras y como impulsora de iniciativas que promueven la calidad, la tradición y la innovación en el sector.

Madridjoya, el gran referente del sector joyero en España, regresa con una edición completamente renovada que promete sorprender a expositores y visitantes. Del 11 al 14 de septiembre de 2025, los Pabellones 4 y 6 de IFEMA MADRID acogerán una puesta en escena única, con una nueva distribución del espacio y un diseño que busca alcanzar la excelencia en el sector.

La 8ª edición de Barcelona Textile Expo anuncia sus nuevos seminarios gratuitos

La 8ª edición de Barcelona Textile Expo abrirá sus puertas del 2 al 4 de junio en el Pabellón 1 de Fira Barcelona, Plaza España.



No te pierdas los seminarios de Barcelona Textile Expo. Sin duda, una oportunidad única para sumergirte en los temas más relevantes de la industria textil. Descubre de la mano de destacados expertos las tendencias que marcarán la próxima temporada y obtén una visión estratégica para anticiparte al mercado.

Peclers: Tendencias Aw 26-27

Esther Pereira

Circularidad y Sostenibilidad. Principios Generales, Marco Normativo: Casos Del Sector Textil
Jesus Rodriguez Taboadela

Ambos seminarios se desarrollarán en sendas jornadas los días 2 y 3 de junio por la mañana.

¡Regístrate ahora y asegura tu plaza en las charlas que definirán el futuro del sector!

Un evento donde los profesionales del sector pueden encontrar todo lo que necesitan para llevar sus marcas al siguiente nivel, en un solo lugar y fechas: tejidos, producto acabado y confección, textil hogar, hilados y fornituras.

Sin duda alguna, un salón para explorar las últimas innovaciones, descubrir y encontrar nuevos proveedores y conocer hacia dónde se dirige la industria textil y de la moda, sólo en Barcelona Textile Expo.

Tras 7 exitosas ediciones, Barcelona Textile Expo se consolida como el espacio ideal para generar oportunidades de negocio, acceder a información estratégica del sector y explorar las tendencias que marcarán el futuro de la moda.

Futurmoda se inspira en la moda, la innovación y la inteligencia artificial en el cartel de su 54ª edición

La 54ª edición de FUTURMODA presenta una imagen audaz inspirada en la moda, la inteligencia artificial y la sostenibilidad, con una paleta cromática alineada con las tendencias Otoño-Invierno 2026/27.



La feria internacional de componentes, curtidos, textiles y maquinaria para el calzado y la marroquinería, FUTURMODA, desvela la nueva imagen oficial de su 54ª edición, que se celebrará los días 15 y 16 de octubre en la Institución Ferial Alicantina (IFA), en Elche, Alicante (España).

Con una estética atrevida, vanguardista y futurista, el cartel de esta edición transmite de forma potente los valores y la evolución de un evento que se consolida como referente en el sector moda a nivel internacional. El diseño combina elementos de alta costura, accesorios de piel y tecnología de vanguardia, para proyectar una visión de futuro donde tradición e innovación se dan la mano.

Una paleta cromática que mira al futuro

La imagen visual de la campaña incorpora dos colores clave: el naranja y el verde botella, ambos protagonistas de la paleta oficial de tendencias de la temporada Otoño-Invierno 2026/27. Esta selección no es casual: responde al compromiso de FUTURMODA con la anticipación de las tendencias que marcarán el ritmo del sector.

Moda, cuero y tecnología: una simbiosis perfecta

La inclusión de materiales como el cuero, presente tanto en prendas como en bolsos y complementos, refuerza el mensaje de versatilidad de los productos que se exhiben en la feria. FUTURMODA no solo es el epicentro del calzado y la marroquinería, sino también una plataforma que inspira a sectores como el textil, la confección, el diseño industrial

e incluso la tecnología aplicada.

Una vez más, la inteligencia artificial está presente como hilo conductor en la conceptualización visual, recordando que la digitalización y la innovación tecnológica ya no son el futuro, sino el presente de la industria.

Un crecimiento firme tras una edición 53 de éxito

La nueva edición llega tras el excelente balance de la 53ª edición, celebrada en marzo de 2025, que reunió a más de 5.000 visitantes profesionales y más de 300 firmas expositoras. Destacó por su fuerte apuesta por la sostenibilidad, la tecnología aplicada al calzado y la conexión entre talento joven e industria, a través del concurso FUTURMODA Lab Talent. La feria reafirmó su proyección internacional con la presencia de profesionales de más de 10 países, consolidando su papel como punto de encuentro clave para los sectores del calzado y la marroquinería.

Una cita imprescindible

Con más de 300 expositores internacionales, 12.000 m2 de exposición y más de 7.000 visitantes por edición, FUTURMODA se consolida como la única feria en España especializada exclusivamente en materiales para el calzado, los bolsos y artículos de moda. Esta nueva imagen no solo representa una evolución estética, sino una declaración de intenciones: la moda del futuro comienza hoy.

Motivos por los que debes exponer: <https://futurmoda.es/exponer/>

La revolución inteligente del calzado ya está en marcha en Expo Riva Schuh & Gardabags

Inteligencia artificial, sostenibilidad y personalización transforman el futuro del sector.



La industria del calzado, tradicionalmente asociada con la artesanía, el diseño y la identidad local, se encuentra en plena metamorfosis. El impulso de la inteligencia artificial (IA) está redefiniendo desde la producción hasta la experiencia del cliente, inaugurando una nueva era marcada por la sostenibilidad, la eficiencia y la personalización.

Este cambio de paradigma quedó patente durante la Sustainability Summit organizada por la British Footwear Association en Birmingham, donde Alberto Mattiello, miembro del Comité Científico de Expo Riva Schuh & Gardabags, cerró su intervención con una célebre cita del futurista Alvin Toffler:

“Los analfabetos del siglo XXI no serán quienes no sepan leer ni escribir, sino quienes no sepan aprender, desaprender y volver a aprender.”

La inteligencia artificial, un motor para transformar el calzado

Las cifras hablan por sí solas: en los últimos dos años, el coste de aplicar IA ha caído más de un 99 %, y ya existen más de 30.000 aplicaciones disponibles online. En este contexto, el sector del calzado no solo puede beneficiarse de estas herramientas, sino que debe hacerlo para mantenerse competitivo.

La IA está siendo utilizada para optimizar procesos productivos, mejorar la logística, reducir el desperdicio, anticiparse a la demanda real del mercado y, sobre todo, ofrecer productos más ajustados a las preferencias de los consumidores.

Startups que lideran el cambio

El Innovation Village Retail de Expo Riva Schuh ha sido cuna de decenas de propuestas emergentes que ya están revolucionando el sector:

SANGROVE: Su plataforma IMPACT SHOPPING™ permite producir bajo pedido real, reduciendo inventarios y emisiones.

IFRETURNS: Redefine las devoluciones como una oportunidad de fidelizar, minimizar transportes y optimizar recomendaciones con IA.

ACBC: Empresa italiana que integra IA en el análisis de materiales biodegradables y circulares para diseñar calzado modular y reciclable.

UP2U: Ofrece plataformas que miden el impacto medioambiental, asesoran en estrategia ESG y forman al personal en sostenibilidad, ideales para pymes.

El nuevo consumidor exige experiencia personalizada

En un mercado dominado por el comercio omnicanal, la IA permite ofrecer una experiencia fluida y adaptada a cada usuario: desde probadores virtuales y escáneres 3D de pies hasta chatbots predictivos y recomendaciones basadas en hábitos de consumo. Estas herramientas no solo aumentan la conversión, sino que también reducen las devoluciones y fortalecen la fidelidad a la marca.

Las tecnologías del mañana ya están aquí

Otras innovaciones como el Deep Research (análisis estratégico de mercados en tiempo real), el Vibe Coding (programación sin código para no técnicos) o el calzado inteligente (capaz de adaptarse al pie, monitorizar actividad o enviar feedback al usuario) son solo algunas de las posibilidades que se avecinan.

Hacia una industria más ética, digital y circular

Las empresas que logren integrar la inteligencia artificial con una visión clara y un propósito sostenible obtendrán una posición privilegiada en el mercado. Las historias de SANGROVE, IFRETURNS, ACBC y UP2U demuestran que tecnología e impacto ambiental no son incompatibles, sino que pueden potenciarse mutuamente.

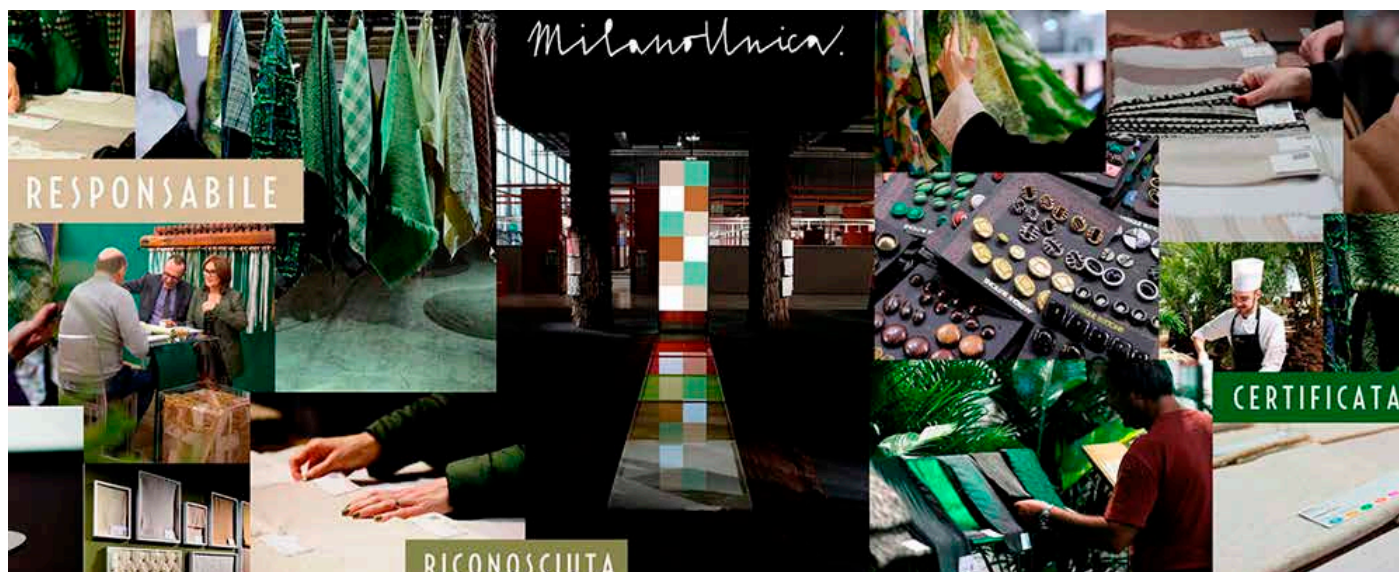
La revolución ya ha comenzado. El reto es ahora de los fabricantes, diseñadores, distribuidores y responsables políticos: apostar por un modelo más inclusivo, inteligente y respetuoso con el planeta.

¿Dónde descubrirlo en directo?

Expo Riva Schuh & Gardabags, del 14 al 17 de junio de 2025, será el lugar donde estas ideas cobrarán vida. Desde las startups del Innovation Village Retail, hasta las tendencias de consumo en la zona Highlights, pasando por los debates estratégicos del Market Focus y el nuevo formato de Gardabags, la cita será ineludible para quien quiera entender hacia dónde camina el futuro del sector.

Milano Unica obtiene la certificación ISO 20121 por la gestión sostenible de sus eventos

Con esta certificación, se confirma el compromiso firme y tangible de Milano Unica con una estrategia de sostenibilidad integrada que contempla los aspectos ambientales, económicos y sociales.



Milano Unica obtiene la certificación ISO 20121 por la gestión sostenible de sus eventos

Milano Unica, el prestigioso salón italiano dedicado al sector textil y de accesorios de alta gama, ha logrado recientemente la certificación ISO 20121, una norma internacional que establece los requisitos para la gestión sostenible de eventos. Este importante reconocimiento fue otorgado tras una evaluación llevada a cabo por Bureau Veritas, entidad certificadora acreditada por Accredia, durante la última edición de la feria.

Con esta certificación, se confirma el compromiso firme y tangible de Milano Unica con una estrategia de sostenibilidad integrada que contempla los aspectos ambientales, económicos y sociales. Así, el salón consolida aún más su papel como referente en el ámbito textil a nivel internacional.

La norma ISO 20121 asegura que tanto la planificación como la realización del evento se desarrollan siguiendo principios de responsabilidad y sostenibilidad, con el objetivo de minimizar los impactos negativos y maximizar los beneficios para todos los actores implicados, es decir, los stakeholders. Esta certificación tendrá una validez de tres años, aunque estará sujeta a auditorías de seguimiento anuales para garantizar el mantenimiento de los estándares.

Un compromiso estructurado y sistemático

La decisión de embarcarse en este camino hacia la certificación fue impulsada por la voluntad del Comité de Presidencia de Milano Unica, formado por empresarios del sector textil con una fuerte sensibilidad hacia los temas relacionados con la sostenibilidad. Esta certificación no solo representa un reconocimiento formal, sino que se percibe como una oportunidad para poner en valor las buenas prácticas ya consolidadas y para desarrollar un ambicioso programa de mejora trienal. El objetivo es hacer que las acciones sostenibles de la feria sean cada vez más concretas, eficaces y medibles.

Un aspecto clave de este proceso ha sido el fortalecimiento de la colaboración con socios y proveedores que comparten

la misma atención y compromiso con la sostenibilidad. Entre estos colaboradores se encuentra Fiera Milano, entidad que ya contaba con la certificación ISO 20121 y que ha contribuido significativamente a garantizar la coherencia y continuidad en el enfoque sostenible de la feria.

Acciones concretas para un evento más sostenible

En línea con este enfoque responsable, Milano Unica ya ha puesto en marcha varias iniciativas orientadas a hacer de sus eventos un modelo de sostenibilidad. Entre las acciones implementadas destacan:

La creación del Área MU Tendencias Sostenibilidad, que tiene como finalidad valorar las prestaciones medioambientales y sociales de las empresas expositoras.

Uso de materiales con bajo impacto ambiental, tanto en los montajes como en los elementos auxiliares.

Reutilización de stands y complementos de montaje ya existentes, para reducir el despilfarro de recursos.

Digitalización de acreditaciones y material informativo, con el fin de reducir el consumo de papel.

Accesibilidad universal de los espacios, garantizando la inclusión y la facilidad de uso para todos los participantes.

Implementación de un sistema eficaz de recogida selectiva de residuos, para mejorar la gestión ambiental del evento.

Incentivación del uso del transporte público, como medida para disminuir la huella de carbono generada por los desplazamientos.

Cadena de suministro sostenible, promoviendo un enfoque responsable a lo largo de todo el proceso productivo y de valor.

Un hito que marca el comienzo de un camino hacia la mejora continua

La obtención de la certificación ISO 20121 supone para Milano Unica no solo un hito importante en su trayectoria, sino también un punto de partida hacia una mejora constante y progresiva. El salón reafirma así su compromiso con los valores de sostenibilidad e innovación, posicionándose como protagonista en la transformación responsable del sector textil.

EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL SECTOR TEXTIL

BARCELONA

TEXTILE EXPO

2025

8. Salón internacional de tejidos y producto acabado

02-04 Junio 2025, 10.00-17.00

Fira de Barcelona-Montjuic-Hall1

Barcelona Textile Expo 25 la manera más sencilla para conocer fabricantes de tejidos, accesorios y colecciones de confianza.



www.barcelonatextileexpo.com

**registro
en línea**