

PUNTO MODA

NÚMERO 367 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com



Hunkemöller abre el diálogo sobre el tabú de los pezones visibles con «Free the Choice»: las mujeres deciden por sí mismas

Victoria se suma a la moda Barefoot



ENCUENTRANOS EN

bisutex

En coincidencia con:

intergift

madridjoya

MOMAD





Nuestra Portada:
Red Point

PuntoModa
Consejo de Dirección:
José Antonio Blanco
essl@edicionessibila.com

Redacción:
José Antonio Blanco - Elena Sisó

Departamento Comercial:
essl@edicionessibila.com

Administración:
essl@edicionessibila.com

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

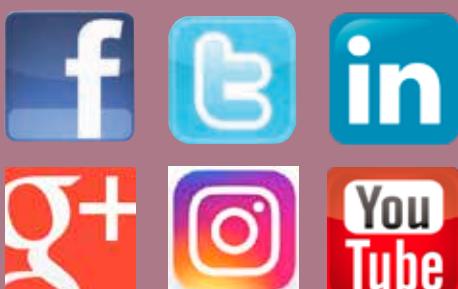
ISSN 2564-8993

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

PRENSAPIEL

PUNTO MODA

tym
textil y moda



KOOPERA anuncia el comienzo de ResinTEX: desarrollo de soluciones tecnológicas para el reciclaje químico de residuos textiles de poliéster

KOOPERA anuncia el comienzo de ResinTEX, un ambicioso proyecto de I+D cofinanciado por el Centro para el Desarrollo Tecnológico y la Innovación (CDTI) a través del programa Cervera, cuyo objetivo principal es el desarrollo de una solución tecnológica innovadora para la valorización de residuos textiles de poliéster. El proyecto se centra en la recuperación de estas fibras y su acondicionamiento para su posterior transformación en nuevas resinas de poliéster insaturadas.

El pasado 27 de marzo, tuvo lugar una nueva reunión de seguimiento del proyecto ResinTEX, celebrada en las instalaciones de Omar Coatings (Valencia). Esta sesión de trabajo permitió a los socios del consorcio, KOOPERA, Omar Coatings e ITENE, compartir los avances técnicos y estratégicos del proyecto, orientados a la valorización de residuos textiles de poliéster para su conversión en resinas de poliéster insaturado, contribuyendo así al desarrollo de soluciones sostenibles para una economía circular.

Durante la jornada, se llevó a cabo una revisión de los progresos alcanzados en cada una de las líneas de investigación, así como una visita técnica a las instalaciones de Omar Coatings. Allí, el equipo anfitrión presentó los procesos industriales que permitirán la integración de residuos textiles como materia prima secundaria en la fabricación de nuevas resinas de alto valor añadido.

Cada año, la Unión Europea genera aproximadamente 12,6 millones de toneladas de residuos textiles, siendo el poliéster la fibra predominante, con una cuota del 57 % del mercado global y una producción de 71 millones de toneladas anuales. A pesar de esta magnitud, la mayor parte de estos residuos no cuenta con rutas de valorización adecuadas, finalizando su vida útil en vertederos o incineradoras.

Por ello, ResinTEX plantea un cambio de paradigma en la gestión de residuos textiles de poliéster, proponiendo su reintroducción en la cadena de valor como materia prima secundaria de alta calidad. Para ello, el proyecto aborda los siguientes ejes de actuación:

- Optimización de los procesos de clasificación y acondicionamiento de residuos textiles de poliéster, incluso en mezclas heterogéneas.
- Desarrollo de procesos de reciclaje mediante técnicas solvolíticas, orientados a la obtención de "building blocks" aptos para la síntesis de nuevas resinas.
- Formulación de resinas de poliéster insaturadas con aplicaciones en sectores estratégicos como la construcción, automoción o electrónica.

Este proyecto se lleva a cabo mediante una colaboración estratégica entre:

- KOOPERA, como entidad responsable de la gestión del residuo textil.
- OMAR COATINGS, especializada en la producción de resinas avanzadas.
- ITENE, centro tecnológico de referencia en el desarrollo de soluciones innovadoras en economía circular y valorización de residuos.

KOOPERA, aporta su experiencia en la recogida, clasificación y acondicionamiento de residuos textiles, actividades fundamentales para asegurar la calidad del input que alimentará los procesos de reciclaje químico. Este trabajo se alinea con nuestra misión de cerrar el ciclo de vida de los materiales textiles, evitando su disposición final en vertederos y promoviendo su valorización en nuevas aplicaciones industriales.

La colaboración entre estas tres entidades refuerza la apuesta conjunta por una industria más sostenible y resiliente, en la que los residuos textiles puedan ser reintroducidos en la cadena de valor mediante soluciones innovadoras de alto impacto tecnológico.

Con iniciativas como ResinTEX, «desde KOOPERA reafirmamos nuestro compromiso con la sostenibilidad, la investigación aplicada y la economía circular. Este proyecto representa una apuesta decidida por el desarrollo de tecnologías escalables que permitan sustituir materias primas fósiles por materiales reciclados, contribuyendo de manera efectiva a la transición hacia un modelo productivo más responsable y sostenible», informan desde KOOPERA.

Kooperá trabaja para la integración de las personas en riesgo o en situación de exclusión social que necesitan una segunda oportunidad, mediante actividades que a su vez tienen un impacto positivo en la sociedad, mejoran nuestro entorno y cuidan del planeta.

Kooperá es una red de entidades de la economía social y solidaria, vinculadas a Cáritas: empresas de inserción, fundaciones y cooperativas de iniciativa social. Una red que desarrolla actividades empresariales de servicios ambientales, reutilización y reciclaje (especialistas del textil), consumo sostenible (tiendas Kooperá Store), atención a personas, y otros servicios que pueden ayudar a cumplir el objetivo, con la formación y el empleo como herramientas para la inclusión, construyendo una sociedad más ecológica, inclusiva y solidaria.



Primark da la bienvenida a sus clientes en su tienda renovada del Centro Comercial de Bonaire



Primark reabrió el pasado viernes 21 de marzo su tienda renovada del centro comercial Bonaire, en Aldaia (Valencia), tras las extensas obras de remodelación realizadas debido a los efectos de la DANA. Ahora la tienda de Primark luce un aspecto renovado y está plenamente operativa. Durante los últimos meses, el equipo de Primark y sus colaboradores han trabajado duro para hacer posible esta reapertura y dar de nuevo la bienvenida a sus clientes.

Marina Parraga, Store Manager de la tienda Primark Bonaire, ha señalado: "Estamos muy contentos de reabrir hoy nuestra tienda en Bonaire. Han sido unos meses difíciles después de la DANA, pero gracias al duro trabajo y la perseverancia de todo nuestro equipo, esta reapertura ha sido posible. Estamos deseando volver a dar la bienvenida a nuestros clientes y ofrecerles la maravillosa experiencia en tienda por la que Primark es conocida".

Por su parte, Enrique Bayón, gerente retail portfolio URW, ha destacado que "la vuelta de Primark es una excelente noticia para Bonaire ya que supone un paso importante en el proceso de reapertura progresiva de la galería comercial que iniciamos el pasado 13 de febrero y que esperamos culminar durante el mes de abril".

Primark Bonaire, que abrió sus puertas por primera vez en 2012 y se convirtió en la primera tienda de la compañía en la provincia de Valencia, fue renovada el año pasado y en septiembre reabrió con un diseño actualizado y mejorado.

SQRUPS se incorpora a La Distribución (antes ANGED)



La Distribución (antes ANGED) incorpora a SQRUPS como nueva empresa asociada. Con 113 puntos de venta en España, SQRUPS cuenta con la mayor red de outlets urbanos de gran consumo en España, con una propuesta centrada en reducir el desperdicio, ofrecer precios accesibles y generar un impacto social positivo.

Mango abre su primera tienda en Glasgow con la línea Man en la icónica calle Buchanan



Mango, una de las marcas internacionales líderes en el sector de la moda, continúa su expansión en el Reino Unido con una nueva tienda en Glasgow, en Buchanan Street, una de las calles más concurridas e icónicas de la ciudad. El nuevo punto de venta, con una superficie de venta de 680 m² y productos de las líneas Woman y Man, es el primero en Glasgow que incluye oferta de moda masculina.

Tendam desembarca en Turquía con Women'secret



Women'secret, la marca de moda íntima femenina perteneciente a Tendam, uno de los grupos omnicanal líderes de Europa, ha realizado su debut en el mercado turco, con un espacio de cerca 100 m² situado en el centro comercial más importante de Turquía.

Emaar Square Mall es el centro comercial más grande de Turquía, con un área de 138.000 metros cuadrados distribuidos en 6 pisos, 415 tiendas, 52 restaurantes y un estacionamiento de 4 niveles con capacidad para 4.200 vehículos. Además, dispone de áreas de entretenimiento para toda la familia, entre restaurantes, cafeterías y un aquarium.

Con la llegada al país transcontinental Women'secret refuerza su presencia en la región, donde con este nuevo espacio, la marca suma una más a sus 90 tiendas. Tras esta nueva apertura, Women'secret alcanza las 692 tiendas físicas en 80 países distribuidos en Europa, América, África y Asia.

Cherubina, Colour Nude y Bimani: Sevilla Fashion Outlet inaugura el outlet de invitada con las marcas más deseadas

Sevilla Fashion Outlet, el destino de compras Premium de Sevilla, estrena con motivo de la primavera una experiencia pop up con tres de las marcas de moda femenina para eventos especiales más celebradas de la escena española: Cherubina, Colour Nude y Bimani.

Esta exclusiva tienda, diseñada en colaboración con el interiorista Javier Fusté, integra en un espacio común de 90 m² y una atmósfera de esencia orgánica y minimal la filosofía y el universo creativo de las tres grandes marcas de Prêt-à-porter, que desembarcan en Sevilla Fashion Outlet con propuestas especialmente dirigidas a invitadas que quieren desmarcarse con un estilo impecable.

Hasta el 28 de junio, las entusiastas de la moda pueden hacerse con los vestidos de aire retro de Cherubina -una de las marcas de cabecera de la reina Letizia-, los monos y sets de Colour Nude, -emblema de la elegancia urbana- o las creaciones radicalmente versátiles y delicadas de Bimani, la exclusiva firma de Laura Corsini, con descuentos de hasta el 70%.



La nueva imagen de Showroomprivé Teresa Andrés Gonzalvo inaugura en exclusiva su 'ShowroomBy'

Como nueva Embajadora de este dispositivo de influencer marketing, Teresa reconoce sentirse muy feliz: "Estaba deseando enseñaros esta nueva colaboración con Showroomprivé. Estoy súper contenta y agradecida de formar parte de este proyecto. ¡No sabéis todo el equipo que hay detrás para que todo salga perfecto! Todo lo que tengo bajo mi radar esta temporada está en mi ShowroomBy: lo último en moda y moda infantil, mis esenciales beauty, mis imprescindibles deco... Y además, de cara al Día de la Madre, que está a la vuelta de la esquina, encontraréis un montón de ideas con las que acertar al 100%: desde un charm con la palabra "Mummy", pasando por una máscara LED de tratamiento facial, a las zapatillas del momento... y mucho más. ¡Espero que os guste!"



Abre Elmas Phil en La Torre Outlet Zaragoza: moda italiana y de diseño



Elmas Phil es una firma de moda italiana que destaca por su estilo innovador y su dedicación a la calidad. Con una trayectoria consolidada en el sector, esta marca italiana combina la tradición de la sastrería italiana con las tendencias más actuales, ofreciendo piezas únicas que capturan la esencia del diseño europeo.

Esta nueva incorporación del centro comercial contará con una gran tienda situada en los locales 51 y 52 de la zona outlet. Además, con motivo de su apertura, la nueva tienda contará con un descuento extra del 30% sobre precio outlet en todo.

Descubre sus elegantes e increíbles vestidos, americanas, chaquetas, trajes para bodas, eventos y comuniones ideales para esta época del año y fabricados en los mejores tejidos.



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

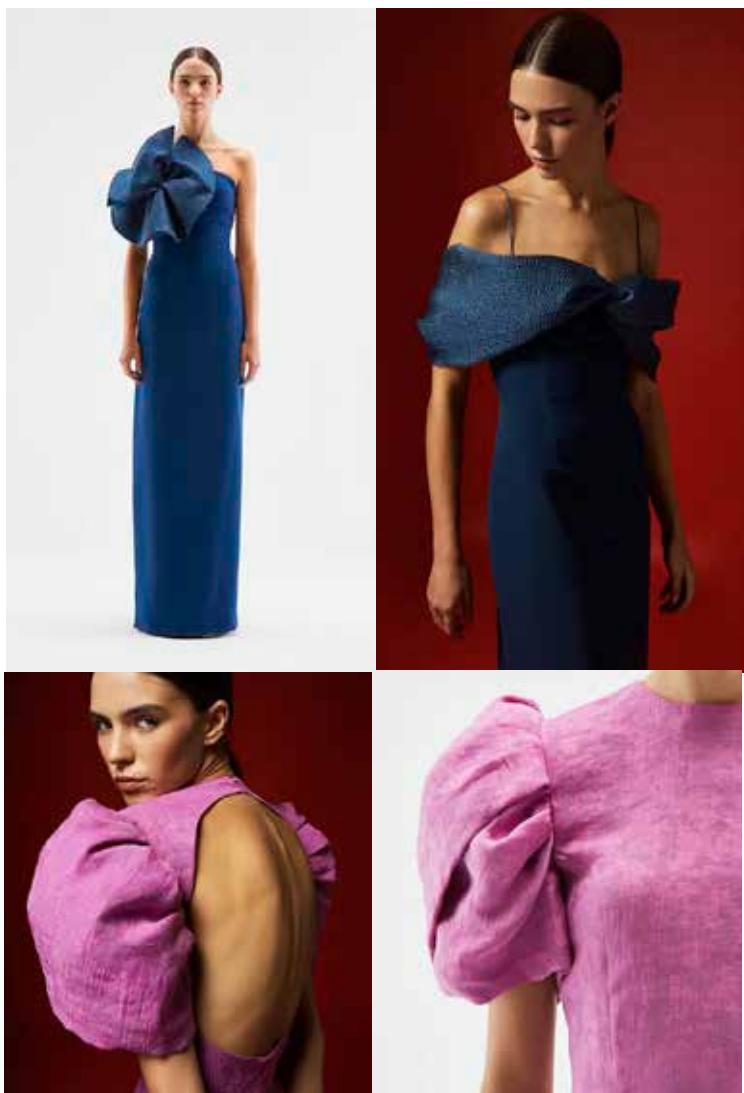
**Barcelona Textile Expo 25 la manera
más sencilla para conocer fabricantes
de tejidos, accesorios y colecciones de
confianza.**

www.barcelonatextileexpo.com



**registro
en línea**

Redondo Brand presenta su nuevo drop prêt-à-porter de verano: sofisticación y color en 10 looks exclusivos



Esta nueva colección cápsula se compone de 10 looks que reflejan la esencia de la marca, apostando por cortes favorecedores, volúmenes estructurados y una paleta cromática atrevida.

Entre las piezas clave de la colección encontramos vestidos de corte midi, diseños con volúmenes abullonados, escotes halter y siluetas asimétricas, que realzan la feminidad de la mujer Redondo con un aire contemporáneo. La selección de tejidos eleva cada diseño, incorporando materiales como crepé de seda, jacquard y satén, que aportan movimiento y fluidez a las prendas.

En cuanto a la gama de colores, la firma española apuesta esta temporada por tonalidades vibrantes que evocan el espíritu del verano. Desde el buganvilla hasta el rosa, pasando por el rojo y el pistacho, la colección invita a jugar con el color sin perder la elegancia y eclecticismo característico de la firma.

LOLA CASADEMUNT, finalista en el "Premio Nacional Pyme 2024"



S.M. El Rey presidió la entrega de premios de esta 8^a edición, que al final se lo ha llevado Aerolaser System, S.L., dedicada a la tecnología y los servicios geoespaciales en Las Palmas. Junto a ella, competían por el máximo reconocimiento a Premio Nacional Pyme 2024, Lola Casademunt, S.L. (firma de moda en Barcelona), Master Battery, S.L. (compañía de producción y distribución de energía autónoma en Madrid), Multiverse Computing, S.L. (desarrolladora de software cuántico en Gipuzkoa) y Professional Media Technologies, S.L.U. (fabricadora de pantallas LED en Huelva).

En esta octava edición del Premio Pyme del Año se inscribieron 1.639 empresas de las 50 provincias y la Ciudad Autónoma de Ceuta.

LOLA CASADEMUNT, la marca de moda y accesorios para la mujer, ha sido finalista en el "Premio Nacional Pyme 2024", junto a otras 4 empresas líderes en sus sectores. Estos son unos galardones que otorga anualmente la Cámara de Comercio de España y Banco Santander, y que reconocen el desempeño de las pequeñas y medianas empresas españolas, cuya actividad es fundamental para la creación de empleo y riqueza a nivel local.

En este contexto, LOLA CASADEMUNT ha resultado finalista en reconocimiento por su impulso en la creación de empleo, el crecimiento en su proyecto de internacionalización, la innovación y digitalización, y por sus avances e hitos conseguidos en materia de sostenibilidad con su proyecto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), LOLA LOVES LIFE.

Para la firma, "es un orgullo mayúsculo haber quedado entre las cinco finalistas que han optado al Premio Nacional Pyme 2024", entre las 1.639 empresas que han presentado candidatura en esta 8^a edición.

"Es un orgullo mayúsculo para LOLA CASADEMUNT haber quedado entre las cinco finalistas que han optado al Premio Nacional Pyme 2024. El hecho de haber estado en la fase final es ya un sueño y un impulso para nuestra compañía para seguir evolucionando y mejorando día a día. Aprovechamos igualmente la ocasión para felicitar a nuestros compañeros finalistas en este premio, dignos merecedores todos, y, principalmente, al ganador Aerolaser System", afirma el Presidente de LOLA CASADEMUNT, Fernando Espona.

En materia de empleo, la compañía ha aumentado su plantilla de manera notable en los últimos años con la incorporación de nuevo talento; un incremento que ha venido dado por la necesidad de hacer frente a su notable crecimiento.

Al nivel de innovación y digitalización, se está haciendo un esfuerzo cada vez mayor en la digitalización de la compañía que permite obtener datos y que permita implementar una omnicanalidad integral con la que mejorar la experiencia de compra. Así mismo, la firma ha reforzado e incrementado su presencia online con el e-commerce propio en varios países y por los marketplaces de El Corte Inglés, Zalando y About You.

Igualmente, esta distinción pone en valor la labor de la compañía con su expansión internacional. Un crecimiento que viene por la apuesta de la compañía por esta expansión en mercados extranjeros a inicios del 2021.

Simorra presenta sobre la pasarela de O80 Barcelona Fashion el 2º capítulo de su colección SS25 Ma: The Space Between en formato See Now – Buy Now



SIMORRA presenta el segundo capítulo de la colección SS25 Ma: The Space Between en el marco de la O80 Barcelona Fashion. Una colección que evoluciona, explorando un nuevo nivel: el espacio que existe entre los individuos y la sociedad, transformándolo en un lugar de diálogo y unión.

En una sociedad fragmentada, el espacio entre los individuos se expande, generando silencios y barreras invisibles. La falta de conexión parece imponerse, pero SIMORRA encuentra precisamente en ese vacío la posibilidad del encuentro, la unión y la complicidad.

La segunda parte de SS25 Ma: The Space Between reflexiona sobre la protección de las personas en estos tiempos de incertidumbre. No como una barrera, sino como una capa sutil que nos envuelve sin ocultarnos de la sociedad, permitiéndonos mostrarnos tal como somos. A través de organzas translúcidas y superposiciones, la colección nos invita a repensar el significado de la distancia y a descubrir, en ese espacio, nuevas formas de conexión.

Una de las principales novedades de esta colección es el uso de transparencias, trabajadas con elegancia y sutileza. La organza aparece en trajes de tonos pastel, como el gris azulado o el amarillo suave, aportando ligereza y sofisticación. La transparencia también se explora a través de tejidos perforados, como un denim oscuro sin tratar –con perforaciones dispuestas estratégicamente– o el bordado guipur, que da forma a vestidos largos y chalecos.

Antony Morato nombra a Javier Brandwain nuevo Chief Commercial Officer, con el objetivo de expansión y Travel Retail



Con una carrera consolidada en el sector de la moda, el ejecutivo uruguayo ha contribuido al crecimiento de marcas internacionales como Givenchy, Calvin Klein, Replay y 7 For All Mankind, además de haber adquirido experiencia en la gestión de propiedad intelectual en Authentic Brands Group.

Como CCO, Brandwain será responsable del desarrollo e implementación de estrategias comerciales globales para Antony Morato. Su profundo conocimiento y su capacidad para liderar la expansión internacional serán fundamentales para la marca.

Lello Caldarelli, CEO de Antony Morato, declaró: «Estamos encantados de dar la bienvenida a Javier a nuestro equipo. Su sólida experiencia y su visión estratégica serán clave para fortalecer y ampliar la presencia internacional de Antony Morato».

Javier Brandwain comentó: «Es un privilegio unirme a Antony Morato en esta fase de su crecimiento y colaborar con el equipo para desarrollar estrategias que impulsen la visibilidad global de la marca. Apostamos por nuevos canales de negocio, como el Travel Retail, y por oportunidades de crecimiento a través de la Brand Extension, dos áreas en las que la marca tiene un gran potencial de expansión».

Escorpión ha presentado en la 080 Barcelona Fashion su colección otoño-invierno 25/26 «Highlands»



Escorpión ha presentado ayer en la 080 Barcelona Fashion su colección otoño-invierno 25/26, titulada «Highlands». El desfile ha tenido lugar en el icónico Recinto Modernista de Sant Pau, un escenario que realza la fusión entre tradición y modernidad que define esta nueva propuesta.

«Highlands» es una oda a la esencia de las Tierras Altas de Escocia, reinterpretada desde una perspectiva contemporánea. La colección rinde homenaje a la riqueza cultural y paisajística de esta región, plasmándola en piezas que combinan el legado artesanal con un enfoque innovador.

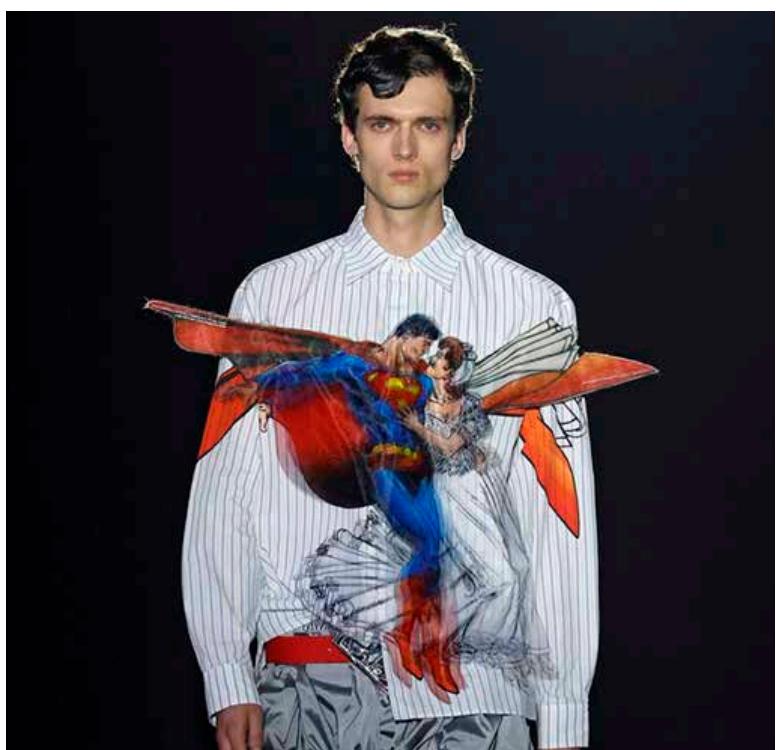
El punto se erige como el gran protagonista, manifestándose en una amplia variedad de diseños que van desde texturas suaves y envolventes, evocando las ondulaciones del paisaje, hasta piezas estructuradas que reimaginan la tradición. La paleta cromática conecta directamente con la naturaleza escocesa: tonos tierra, azul noche y negro reflejan los paisajes montañosos y los cielos invernales al atardecer, mientras que los acentos en rojo y dorado aportan un dramatismo vibrante, infundiendo pasión y carácter a la colección.

Como un guiño especial, Escorpión rinde tributo a la icónica Vivienne Westwood, integrando detalles que capturan su espíritu transgresor y su visión única de reinterpretar lo clásico con un enfoque contemporáneo.

María Escoté x Superman: Encuentro épico de estilo en la 080 BCN Fashion

María Escoté regresa a la pasarela de la 080 Barcelona Fashion con una colección impactante que fusiona arte, vanguardia y el poder de la cultura pop. Este año, la diseñadora se inspira en Superman para explorar la dualidad entre fuerza, realidad y fantasía, creando una propuesta que no solo redefine los códigos del lujo contemporáneo, sino que también homenajea a uno de los Superhéroes de DC más icónicos de todos los tiempos.

La nueva colección Superman x María Escoté ha sido posible gracias a la colaboración entre Warner Bros. Discovery Global Consumer Products (WBDGCP) y María Escoté. Esta no es la primera vez que la diseñadora española se asocia con WBDGCP, ya que en 2021 lanzó la colección Wonder Woman X María Escoté, demostrando el poder de los Superhéroes en el mundo de la moda.



Mia Khalifa estrella de la colección Lucky Fall 2025 de Dominico en la 35 edición de O80 Barcelona Fashion



En esta edición, la marca ha contado sobre la pasarela con personajes de la cultura española como Samantha Hudson, Alex de la Croix, María Forqué, Madame Courel y los internacionales, Tayce y Martin Gregory, entre otros.

DOMINICO presenta LUCKY FALL 2025 partiendo de las siluetas clásicas de marca, rememorando ahora la estética western, la nocturnidad de una trasnochada Las Vegas y el universo motel de carretera para crear una atmósfera que fusiona el espíritu indomable del oeste con el glamour decadente de la vida nocturna.

A través del denim, el pelo reciclado y tejidos rescatados de restos de stock, la marca apuesta por sets de chaquetas crop y micro shorts; faldas midi de tiro bajo, pantalones campana con acordonados y prints sobre cuero con efecto serpiente y vaca. Los colores predominantes de la propuesta son granate, marrón, camel, rojo, denim negro y azul y en cuanto a los detalles ornamentales, destacan elementos inspirados en el estilo western, como los flecos y las estrellas de la suerte que aluden al nombre de la colección.

La línea masculina, diseñada en colaboración con CCELESTICA, se inspira en el estilo de los cowboys, subvirtiendo la rudeza y proyectando una visión moderna de la masculinidad. Destacan elementos como pantalones de 'chap' usados con 'jockstrap' y pequeños detalles que aluden a la estética homoerótica de los vaqueros.

Sumissura Lookbook Spring Summer 25: reinventando los clásicos



El lookbook digital de Sumissura no solo muestra lo que la tecnología puede hacer hoy en día, sino que celebra, sobre todo, lo que representa Sumissura: estilo con personalidad, confección a medida sin compromisos y looks que muestran a mujeres reales.

Para la colección Primavera/Verano 2025, Sumissura ha recurrido de nuevo a la inteligencia artificial y, por primera vez, ha valorado la huella de carbono de todo el proceso creativo. El resultado: más de 830 kg de CO₂ ahorrados. Esto supone una reducción del 99% respecto a una producción clásica, con vestuario físico, reubicaciones, montaje escénico y postproducción.

Con este lookbook creado por IA, Sumissura se embarca en una nueva etapa: elegancia, innovación y refinamiento en perfecta armonía.

La firma te invita a romper con las reglas y redescubrir tu estilo sin normas preestablecidas. Su colección SS25 combina inspiración vanguardista con total libertad creativa, convirtiendo cada prenda en una extensión de tu personalidad.

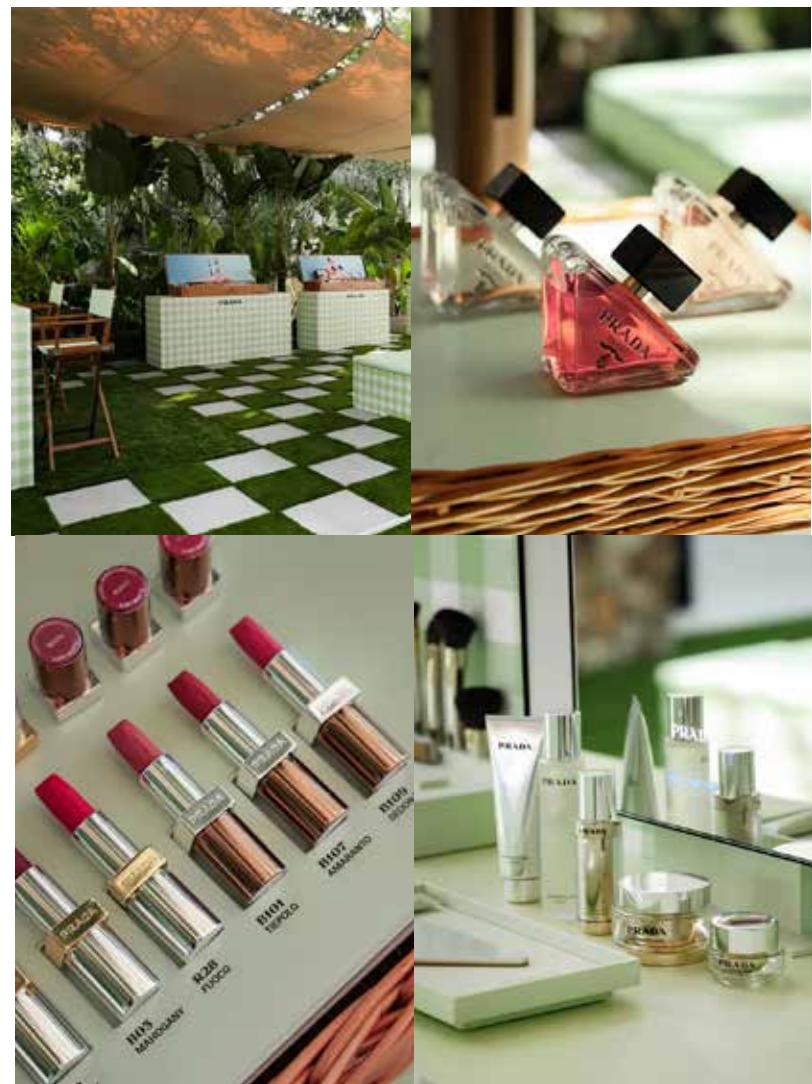
GANT lanza sus primeras fragancias femeninas: Gant Preppy Rose y Gant Sunset Club



Tras el exitoso lanzamiento de su línea de fragancias masculinas, la marca estadounidense de moda deportiva GANT se enorgullece en anunciar el lanzamiento de sus primeras fragancias femeninas: GANT PREPPY ROSE Eau de Parfum y GANT SUNSET CLUB Eau de Parfum. En colaboración con E.A. Cosmetics, se han creado dos fragancias únicas inspiradas en la Costa Este de los Estados Unidos, donde la marca fue fundada en 1949.

«Estamos orgullosos de lanzar nuestras primeras fragancias femeninas de GANT, marcando un nuevo y emocionante capítulo para la marca. Basándonos en el éxito de nuestras fragancias masculinas y en el estilo atemporal de GANT, estamos encantados de presentar dos nuevos aromas que logran un sofisticado equilibrio entre frescura, sensualidad y calidez, transmitiendo además confianza y naturalidad», dice Fredrik Malm, Vicepresidente Ejecutivo Global de Comercialización, Marca y Producto de GANT.

Prada Beauty desvela un exclusivo picnic pop-up en Puente Romano, Marbella



Prada Beauty y Puente Romano le invitan a una experiencia sensorial única en un pop-up efímero situado en los exuberantes jardines del Hotel Puente Romano, Marbella, uno de los resorts más exclusivos de Europa.

El Picnic Prada Beauty reinterpreta la clásica escena campestre con la sofisticación y modernidad inherentes a la marca. Los asistentes podrán explorar las fragancias más icónicas de Prada Beauty, incluyendo Prada Paradoxe, Luna Rossa Ocean y Les Infusions, así como sumergirse en el universo del maquillaje de la marca con su exclusiva colección. Además, la experiencia ofrecerá la posibilidad de personalizar productos icónicos con los emblemáticos estampados de la Maison, y descubrir regalos exclusivos.

El inconfundible estampado Vichy, símbolo de la primavera, envolverá el espacio, evocando la cálida atmósfera de un picnic en el parque en los albores del verano, tal como lo concibió Raf Simons. La tecnología vanguardista y la excelencia que definen a Prada Beauty estarán presentes en cada detalle, creando una experiencia inolvidable.

Prada Beauty le invita a descubrir este oasis de sofisticación y belleza en el corazón de Marbella.

sontress SLIM

naturalmente

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

**ANTICELULITICO
ADELGAZANTE
REDUCTOR**

sontress **SLIM**

**SIEMPRE
GUAPA**

SIEMPRE ACTIVA

SIEMPRE SANA

www.sontress.com

Hunkemöller abre el diálogo sobre el tabú de los pezones visibles con «Free the Choice»: las mujeres deciden por sí mismas



Con motivo del Día Internacional de la Mujer, el 8 de marzo, Hunkemöller da un importante paso para romper los tabúes sobre el cuerpo femenino con su campaña «Free the Choice». La marca ha decidido dejar de retocar los pezones en sus imágenes, poniendo esta decisión en manos de las mujeres. Este gesto reafirma su compromiso con el empoderamiento femenino, alentando a las mujeres a mostrarse con confianza, tal y como son, sin filtros y sin prejuicios.

Un tributo a la libertad de elección

Los pezones femeninos han sido motivo de debate durante décadas, tanto en las redes sociales como en espacios públicos. Aunque las opiniones sobre mostrar los pezones femeninos son muy diversas, lo que está claro es que son las mujeres quienes deben decidir por sí mismas. ¿Por qué los pezones femeninos son censurados automáticamente, mientras que los hombres muestran los suyos libremente?

Es hora de dar a las mujeres el control total sobre cómo presentan sus cuerpos. «Free the Choice» no es una llamada a la exposición masiva de pezones, sino una reivindicación por la libertad: cada mujer debería tener la libertad de decidir si mostrar su cuerpo y cómo hacerlo.

Guess lanza su nueva colección de ropa interior



Para ella, la colección abarca desde delicados bordados y encajes hasta frescas piezas de algodón, ofreciendo una gama de estilos coquetos que celebran la feminidad con exquisitos detalles y artesanía. Para él, GUESS actualiza su gama de diseños cómodos y modernos con nuevas versiones de gráficos, logotipos, cinturillas y tonos de color GUESS que satisfacen los gustos tanto de los amantes de la moda como de los caballeros más exigentes.

Yamamay presenta Superfine Shaping - línea de lencería que moldea sin oprimir



La colección está confeccionada con un tejido de fibras recicladas y desarrollada con tecnologías avanzadas, como la unión por ultrasonidos y el termosellado, lo que permite crear prendas sin costuras ni elásticos visibles. Esto maximiza la comodidad y garantiza un efecto invisible incluso bajo ropa ajustada.

La línea incluye una amplia variedad de prendas ultraligeras y suaves con líneas limpias y sofisticadas, perfectas para quienes buscan lencería funcional y moderna: bandeau y culottes tipo tanga, bodis, braguitas moldeadoras de talle alto y shorts, todos con efecto moldeador y disponibles en colores negro y bronce.

RED POINT presenta para este verano una extensa colección perfecta para todo tipo de mujeres



Esta temporada, los diseños florales, tropicales y geométricos se convierten en los protagonistas, aportando un aire renovado y lleno de estilo a cada pieza.

Desde delicadas flores en tonos pastel hasta exuberantes motivos botánicos que evocan paisajes paradisíacos, los estampados de Red Point están pensados para resaltar la belleza natural y la personalidad de cada mujer.

Además, los prints geométricos y de inspiración étnica aportan un toque moderno y elegante, perfectos para quienes buscan un look sofisticado y atemporal. Cada diseño está elaborado con tejidos de alta calidad que garantizan comodidad y un ajuste perfecto, permitiéndote disfrutar del sol con total confianza.

«I feel nothing»: los nuevos diseños Body Make Up Illusion de Triumph que hacen realidad la ilusión de no llevar nada puesto



Basándose en el éxito del innovador sujetador de encaje Body Make-Up Illusion de la colección The Illusion de la temporada pasada, en SS25 desvelan la nueva generación de sujetadores con el lanzamiento de su suave Body Make-Up Illusion.

Esta pionera colección de lencería invisible para el día a día, ofrece a las mujeres la ilusión de no llevar sujetador a la vez que proporciona una sujeción sin igual - un sujetador en el que puedes confiar pero que no puedes sentir.

El innovador alambre de confort de Triumph ha sido meticulosamente diseñado para responder a la forma y el movimiento naturales del cuerpo, creando una sensación de invisibilidad total: el ejemplo definitivo de cómo la excepcional mano de obra de Triumph crea magia cotidiana. Junto con tejidos cremosos y suaves al tacto, un escote evanescente y la tecnología de refrigeración activa, esta excepcional mezcla de características ejemplifica la verdadera innovación y el compromiso de Triumph con la excelencia.

Adidas desarrolla nuevas prendas aislantes para maximizar la refrigeración de los pilotos de F1



Ante el inicio de la temporada 2025, Adidas ha presentado el Sistema CLIMACOOL, compuesto por una chaqueta aislante y un chaleco refrigerante especialmente diseñado. Este innovador sistema estará disponible para el equipo Mercedes-AMG PETRONAS F1 en todas aquellas carreras donde las condiciones de calor puedan afectar el rendimiento de los pilotos.

El diseño exclusivo del Sistema CLIMACOOL responde a un desafío recurrente para los pilotos a lo largo de la temporada: mantenerse a una temperatura óptima antes de competir en condiciones de calor extremo. Durante estas carreras, los pilotos pueden enfrentarse a temperaturas en el habitáculo de su monoplaza de 55 a 60 grados Celsius, lo que puede provocar una pérdida de hasta 4,2 kg de sudor.

Existe una ventana de tiempo muy reducida, de aproximadamente 20 minutos, entre la preparación previa y el inicio de la carrera, en la que los pilotos pueden enfriar su cuerpo. Hasta ahora, la solución más común en el deporte ha sido el uso de chalecos refrigerantes o de hielo, pero Adidas ha desarrollado el Sistema CLIMACOOL para maximizar sus beneficios y lograr una reducción de la temperatura de la piel y del núcleo corporal, algo que no se puede conseguir con chalecos convencionales.

Llega la colaboración Harry Potter presentada por Puma y Warner Bros. Discovery Global Consumer Products

Con diseños ricamente detallados inspirados en el campo de Quidditch de Hogwarts, la colección de apparel incluye el chándal T7 y una selección de prendas básicas como sudaderas y camisetas. Las camisetas gráficas incorporan referencias al juego de Quidditch e imágenes inspiradas en los libros de hechizos. Insignias de PUMA x Harry Potter aparecen en todas las prendas, además de detalles como escudos inspirados en las distintas Casas y un bordado de la Snitch Dorada cuidadosamente oculto en toda la colección.



Decathlon nombra al español Javier López como Chief Executive Officer (CEO), en sustitución de Bárbara Martín Coppola



Decathlon inicia una nueva etapa en su historia, con el objetivo de reforzar su competitividad y su crecimiento, intensificando al mismo tiempo sus esfuerzos para promover la accesibilidad al deporte y sus valores universales allí donde la empresa opera.

Para liderar esta nueva fase de evolución, y como parte del nombramiento de Julien Leclercq, el Consejo de Administración de Decathlon ha decidido nombrar a Javier López como Chief Executive Officer (CEO), en sustitución de Bárbara Martín Coppola, que ocupa este cargo desde marzo de 2022.

"Me siento especialmente honrado por la confianza de Julien y el Consejo de Administración al asumir mi nuevo cargo, y agradezco a Bárbara, con quien he disfrutado trabajando en el Comité Ejecutivo durante los últimos tres años. Como decathloniano con 26 años de experiencia, estoy orgulloso del trabajo que hemos realizado a lo largo de los años para llevar los beneficios del deporte a cada vez más personas en todo el mundo. Juntos, con todos nuestros equipos, con determinación, entusiasmo y humildad, impulsaremos nuestro desarrollo económico y nuestros esfuerzos para cumplir con nuestros compromisos humanos y ambientales" afirma Javier López, CEO del Grupo Decathlon.

Con 26 años de experiencia en la empresa, Javier López ha ocupado numerosos cargos dentro de la empresa, en digital, logística y retail. Más recientemente, dirigió Decathlon Alemania de 2012 a 2015 y posteriormente fue CEO de Decathlon España de 2015 a 2022. Tras impulsar un fuerte crecimiento de la compañía en España, Javier fue nombrado Global Chief Value Chain Officer en 2022.

Ternua invita a salir a disfrutar de la naturaleza con una colección que avanza en circularidad

En este sentido el reto es claro: diseñar productos técnicos y funcionales más duraderos y teniendo en cuenta el fin de vida de la prenda. "Hacer más con menos", señala el director de innovación y sostenibilidad Edu Uribesalgo. ¿Cómo? Utilizando materiales reciclados, reciclables o biodegradables y diseñando productos monomateriales que perduren en el tiempo, que sean resistentes y que cuando su ciclo de vida haya acabado, se les pueda dar un nuevo uso, manteniendo la materia prima dentro del circuito el mayor tiempo posible.

En esta colección PV 25, Ternua ha dado un gran paso hacia delante en materia de circularidad. Así, el 100% de su gama Adrenalite y el 95% de New Earth Spirit es circular, es decir, sus prendas son monomateriales y están fabricadas con materiales reciclados, reciclables o biodegradables. También, el 100% del algodón utilizado es orgánico o reciclado o Good Earth Cotton y el 86% del poliéster y la poliamida ya es reciclado o sintético. A nivel de estética son prendas coloridas y funcionales, muy atractivas, muy combinables entre gamas.



Penélope Cruz protagoniza la campaña SS25 de Geox Spherica Plus



«Estamos encantados de escribir un nuevo capítulo en la historia de nuestra marca que está perfectamente representada por Penélope Cruz con su belleza natural y su capacidad de ser elegante y espontánea al mismo tiempo» comenta Mario Moretti Polegato, Presidente de GEOX.

«En nuestra cuarta campaña con esta encantadora actriz, queremos reforzar nuestro posicionamiento de marca de la comodidad y el estilo centrándonos en el núcleo innovador de Spherica Plus, nuestra zapatilla más querida».

Marta Lozano debutá como diseñadora con su primera colección cápsula junto a Mustang

La firma de calzado española, que fusiona comodidad y tendencia en sus diseños, ha crecido en los últimos años apostando por perfiles mediáticos en sus campañas. En esta ocasión, Mustang no solo ha querido unirse a Marta Lozano como imagen de SS25, sino que también han trabajado mano a mano para crear esta pequeña cápsula y afrontar este nuevo reto con ilusión.

En un evento exclusivo para medios, Marta ha presentado su nuevo proyecto junto a Mustang y ha compartido su entusiasmo por este hito en su carrera. La influencer no ha dejado pasar la oportunidad de hacer de esta presentación un acontecimiento memorable. Luciendo uno de los modelos de su colección, ha recibido a los medios en un ambiente exclusivo donde ha compartido su emoción.



Victoria se suma a la moda Barefoot



Desde hace años, los expertos en biomecánica han estudiado el impacto del calzado tradicional en la salud del pie. Sus conclusiones han sido claras: los zapatos convencionales limitan el movimiento natural, debilitan la musculatura y pueden afectar la postura. Por eso, el calzado minimalista no es solo una tendencia, sino una evolución necesaria en la forma de caminar.

Una vez más, Victoria demuestra que no solo se adapta a las tendencias, sino que sabe reinventarse, apostando por la innovación y la evolución constante. Con un diseño que equilibra salud y estilo, esta línea promete cambiar la forma en que concebimos el calzado. Con su nueva colección barefoot para adultos y la ampliación de tallas infantiles hasta la 35, la marca centenaria redefine el concepto de calzado respetuoso con un diseño que respira la esencia de sus best sellers.

Las zapatillas barefoot Olmo, inspiradas en la estética de nuestro clásico Berlín, han sido diseñadas con una horma ancha que permite una total libertad de movimiento de los dedos, asegurando un calce natural. Su suela fina y flexible, junto con la plantilla extraíble, ofrecen una sensación de ligereza y comodidad ideal para el día a día. Perfectas para quienes buscan un calzado respetuoso con el medio ambiente y una experiencia de caminar más cercana a lo natural.

Este modelo incluye una plantilla adicional de transición, diseñada para favorecer la adaptabilidad progresiva al calzado minimalista.

Victoria & Peldanyos : Strawberry Acid Drop



La icónica marca española (110 años y sumando) lo ha vuelto a hacer. Esta vez, junto al creador de contenido @peldanyos y la cadena más street de Malasaña, Zorro, lanzan algo que nadie vio venir, una colab que todos vamos a querer probar: el Menú Acid Strawberry Victoria.

Todo empezó con un problema: hace décadas, en plena crisis de materias primas, Victoria tuvo que sustituir el caucho natural de sus suelas por neumáticos reciclados. ¿El resultado? Un olor potente. ¿La solución? Añadir una esencia de fresa para disimularlo.

El giro vino después: cuando volvió el caucho natural, intentaron quitar el aroma... pero el público ya lo había hecho suyo. El olor a fresa se convirtió en seña de identidad, en algo emocional, reconocible, único. Y hoy es puro ADN Victoria.

Este verano, ese legado vuelve con una colaboración tan inesperada como irresistible: Victoria x @peldanyos x Zorro. Una zapatilla con historia, una salsa con carácter, y un menú que une todo en una experiencia. Lo que te va a volar la cabeza: un shawarma con mermelada de fresa ácida, inspirado en el icónico aroma que sale de las suelas Victoria desde hace generaciones. Un menú edición limitada solo disponible por una semana en los establecimientos Zorro.

Bailarinas con ojales, el toque rebelde que eleva cualquier look de Pretty Ballerinas



Los ojales están de vuelta y han llegado para quedarse. Son la nueva tendencia alternativa a las clásicas tachuelas y protagonizan algunos de los modelos clave de la temporada. Este detalle convierte el calzado más clásico en un zapato moderno y original.

Los ojales, en combinación con un diseño de bailarinas acabado en punta, añaden un toque rebelde y chic a cualquier look. El diseño ELLA brilla en colores como el fucsia, el blanco, el negro o un llamativo contraste entre ambos tonos para acompañar ese espíritu alternativo. Y para las más atrevidas, las KRISTEN van con todo: tachuelas, lazo y cintas de gosgrain.

Pikolinos entra en el universo calzado barefoot con una línea bajo el nombre "Natural Walk"



La apuesta de Pikolinos para esta primavera verano se basa en una colección, tanto para hombre como para mujer, que sigue afianzando sus principales valores como la comodidad, la piel extra suave y el gusto por los detalles a través de la revisión de sus clásicos.

Modelos icónicos que temporadas tras temporadas continúan conquistando a un público fiel que busca materiales de calidad que aseguren la larga durabilidad del calzado y un máximo confort. Desde los deportivos más cómodos hasta las sandalias más deseadas. Piezas pensadas para acompañarte en el día a día sin perder el estilo.

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

Descubre el icónico Soft-Bag SS25 de Ferragamo



El Soft-bag de Ferragamo se inspira directamente en un diseño de archivo, reinventado por el director creativo Maximilian Davis para convertirse en el accesorio clave de la temporada Spring-Summer 2025.

El volumen y la suavidad del bolso, con un equilibrio entre fluidez y estructura, atrapan la luz en un juego de luces y sombras. La forma redonda y los laterales plisados están diseñados para esculpir la superficie de la piel, contribuyendo ambos a una sensación de movimiento armonioso.

Dolores Cortes Bags Collection Summer 2025



Con el fin de ofrecer un total look real, la diseñadora Dolores Cortés sorprende este verano 2025 con una colección propia de bolsos con los que combinar las prendas de baño.

Con el formato tote como absoluto protagonista, la diseñadora opta por las lonas gruesas estampadas con los prints de su colección y los materiales naturales, los preferidos por todas para esta estación.

Mietis presenta Urban Oasis: la ciudad se ralentiza, el estilo se eleva



En su continua exploración entre arte, moda y funcionalidad, MIETIS lanza su nueva colección Urban Oasis, una propuesta que transforma nuestra rutina urbana en un pequeño refugio de calma natural.

Singularu presenta 'Gracias, mamá': una colección que convierte el amor en joya



La marca valenciana presenta su campaña más emotiva para el Día de la Madre: piezas con alma para decir lo que a veces no sabemos poner en palabras.

Nok, la exclusividad de la artesanía en joyas étnicas de calidad que cuentan historias



En la actualidad la producción en masa domina el mercado, por este motivo, los diseñadores Alejandra Azero y Guillermo Meca reivindican la autenticidad con una colección de joyas artesanales que destacan por su elaboración manual, materiales nobles y un diseño que evoca tradiciones ancestrales.

Swarovski celebra la campaña Primavera-Verano y su 130º aniversario con Ariana Grande



En su tercera campaña para Swarovski, Ariana experimenta una transformación a través de joyas llenas de luz.

La colección y la campaña rinden homenaje a la estética de la alta costura, a la naturaleza dinámica del cristal y a la capacidad perdurable de la Casa para dar forma a la conversación de la cultura pop. El poder del savoir-faire de Swarovski brilla a través de piezas alegres que abarcan todo el espectro de la creatividad.

El IES Nit de l'Albà de Elche gana el concurso Futurmoda Lab Talent



Como premio, IES Nit de l'Albà recibirá quinientos euros para la compra de material en las empresas expositoras de la última edición de Futurmoda. Este galardón en forma de material servirá para impulsar la formación en sus grados de Formación Profesional de textil, confección y calzado.

La entrega del premio, así como un reconocimiento al resto de institutos participantes (IES Sixto Marco, IES La Torreta e IES Cotes Baixes), se hizo efectiva el pasado 25 de marzo, durante la presentación de tendencias que la Asociación Española de Empresas de Componentes para el Calzado (AEC) y la agencia Trendstop.

Este concurso, organizado en la pasada convocatoria de la feria Futurmoda, fue una iniciativa de AEC para impulsar el talento joven en el sector. Este certamen reunió a jóvenes diseñadores de escuelas de FP especializadas en calzado y marroquinería, ofreciéndoles la oportunidad de demostrar su creatividad en un entorno profesional de alto nivel.

A lo largo de la feria, los participantes presentaron sus propuestas innovadoras utilizando materiales proporcionados por las empresas expositoras, estableciendo así una conexión directa entre el talento emergente y la industria.

«Más que una competición, Futurmoda Lab Talent se ha convertido en un escaparate para las nuevas generaciones de diseñadores y en un puente hacia el futuro del sector, fomentando la creatividad, la innovación y el aprendizaje en un contexto real de trabajo», explican los responsables del concurso.

Techtextil y Texprocess 2026 cuentan ya con un elevado número de reservas de espacios expositivos



Tiempos turbulentos para la industria: la recesión, los requisitos de sostenibilidad y los desafíos geopolíticos están presionando a los participantes del mercado con un comportamiento de compra discreto, inversiones restringidas o ajustes complejos de procesos. La respuesta de la industria: innovación y soluciones sobresalientes.

Ya sean nuevas ideas materiales, procesos eficientes o desarrollos sostenibles: Las plataformas más importantes para presentarlas son las ferias comerciales líderes en el mundo

Techtextil y Texprocess en Frankfurt. Esto también se refleja en el alto nivel actual de interés en participar. Los expositores están aprovechando esta oportunidad para posicionarse globalmente y prepararse para el futuro. Además de los grandes jugadores familiares, un número excepcionalmente grande de nuevos expositores participará en 2026.

«El nivel excepcional de reservas muestra: la industria está buscando visibilidad global más que nunca. La clave radica en encontrar a los socios adecuados para ser pioneras en innovaciones y desbloquear oportunidades de mercado. Techtextil y Texprocess ofrecen el entorno ideal para esto. El estado de registro promete dos eventos fuertes en abril de 2026 y subraya la estrategia de crecimiento de las dos ferias comerciales líderes», dice Sabine Scharrer, Directora de Gestión de Marca de Textiles Técnicos y Procesamiento Textil en Messe Frankfurt.

Texprocess 2026: Visibilidad global para los estrenos mundiales

Expositores de todos los grupos de productos ya se han registrado para participar en Texprocess, la feria comercial líder para el procesamiento de materiales textiles y flexibles. Desde el corte y la costura hasta el acabado. Entre ellos se encuentran Brother Internationale Industriemaschinen, Gütermann (Alemania), Morgan Técnica (Italia), Robotech (Turquía), Sheffield Cutting Equipment (EE. UU.), Style3D | Assyst, Veit y Zünd Alemania.

Los nuevos expositores incluyen Amann (Alemania), Coloreel (Suecia), Comelz, Cutting Edge Automation Machines (Italia) o Pathfinder Australia. Impulsados por la automatización, la digitalización y la IA, los expositores están desarrollando soluciones cada vez más eficientes y, por lo tanto, están resonando con las necesidades del mercado internacional.

Techtextil 2026: realización del potencial de mercado con innovaciones

Techtextil también está viendo un gran interés en las reservas por parte de los expositores. Entre los registrados se encuentran Concordia Textiles (Bélgica), Groz-Beckert (Alemania), Klopman International (Italia), Kolon Industries (Corea), Lenzing, Sattler Pro-Tex (Austria), Sioen (Bélgica) y Schill+Seilacher (Alemania).

Los nuevos expositores incluyen Dystar Singapore, Indorama Ventures Fibers Germany, Monteiro Ribas (Portugal), TreeToTextile (Suecia) y Woolmark (Alemania). La principal feria comercial de textiles técnicos y no tejidos cubre todo el espectro de textiles de alta tecnología. Los proveedores se reúnen aquí con compradores de una amplia gama de industrias. Están buscando soluciones de materiales personalizadas, ya sea para la industria automotriz o de la confección.

Por primera vez, hay un área separada para Textile Chemicals & Dyes en el Hall 9.0, que ya tiene una gran demanda. La nueva área de Performance Apparel Textiles en el Hall 9.0 también está atrayendo un gran interés. Ofrece sinergias prometedoras: con Fibres & Yarns, los fabricantes encuentran su etapa ascendente en la misma sala. Además, la proximidad a Texprocess en el Hall 8.0 lo hace aún más accesible para la industria de la confección.

Techtextil y Texprocess 2026 se celebrarán del 21 al 24 de abril de 2026.

Expo Riva Schuh & Gardabags aumentan su superficie expositiva para acoger más oferta y visitantes profesionales



Con más de 9 mil asistentes profesionales y una exposición de más de un millar de empresas y marcas expositoras, Expo Riva Schuh & Gardabags representa sin duda un punto de referencia ineludible para el sector del calzado y los accesorios de volumen. Entre sus visitantes, cabe destacar la presencia de los profesionales procedentes de alrededor de 100 países (el 80% de Europa, el 12% de Asia, y en menor medida de América, Oceanía y África).

Para afianzar la posición de Expo Riva Schuh & Gardabags como centro mundial para calzado y bolsos, el presidente de Riva del Garda Fierecongressi, Roberto Pellegrini, ha confirmado que en junio se inaugurará la ampliación del pabellón B1 y para 2028 verá la luz la nueva estructura de 2 plantas.

Asimismo, en junio se verá también el nuevo formato y la ampliación de Gardabags, a la que se dedicarán los pabellones A2 y B2 de la feria, a su vez divididos en 3 áreas siguiendo la dinámica de búsqueda típica de los compradores para facilitar el encuentro entre la oferta y la demanda. Un nuevo concepto que se vestirá de diseños de moda. No hay que pasar por alto la duplicación de la propuesta de exposición con colecciones de empresas y marcas que alcanzarán el centenar.

Aún más espacio, por lo tanto, para presentar al mercado una propuesta más amplia y diversificada de colecciones de calzado, bolsos y accesorios a nivel mundial.

Expo Riva Schuh & Gardabags te avanza cómo serán los bolsos y complementos que llevaremos este 2025

Como siempre, los imprescindibles del próximo invierno y las nuevas colecciones de verano se presentarán en Riva del Garda, en el lanzamiento de la innovadora feria comercial Gardabags, cuya próxima edición tendrá lugar del 14 al 17 de junio, coincidiendo en lugar y fechas con Expo Riva Schuh.

Mientras tanto, no, no tenemos una bola de cristal. Pero las recientes semanas de la moda en Nueva York, París y Milán ofrecen pistas interesantes sobre las características imprescindibles que definirán los bolsos y accesorios de moda más atractivos para la temporada Otoño/Invierno 2025-26. ¿Qué estilos veremos en los escaparates? ¿Cuáles liderarán las listas de ventas?

EL REGRESO DEL MALETÍN A LA MODA MASCULINA

La practicidad sigue siendo un requisito clave para los hombres cuando se trata de bolsos de trabajo. Sin embargo, las pasarelas sugieren que, además de este propósito funcional, ahora hay un énfasis adicional en el atractivo visual: bolsos que no solo transportan documentos y dispositivos, sino que también expresan estilo, personalidad e identidad.

TEXTURAS EXÓTICAS PARA MUJER

Los materiales con una sensación exótica -ya sean genuinos o estampados- están redefiniendo la idea de lujo, evocando una opulencia irresistible. Estas texturas suelen combinarse con tonos de color que resaltan su singularidad, permitiendo juegos sutiles de tonos y sombras. En la mayoría de los casos, coordinar el accesorio con el atuendo se vuelve clave. Solo así se logra realmente la atmósfera exótica y exclusiva deseada.

EL REGRESO DE LA PIEL Y LA PIEL SINTÉTICA

Este fue quizás el tema más destacado en las recientes pasarelas. La piel y la piel sintética están adoptando un lenguaje visual y táctil que desafía las definiciones tradicionales. Ya sea larga o corta, real o sintética, de color sólido o estampada, la piel se ha consolidado como un elemento clave en la marroquinería, desde las siluetas más elegantes hasta las formas deportivas. Puede definir una pieza entera cuando se usa como recubrimiento total, pero también es efectiva cuando se aplica en detalles específicos.

LAS ASAS Y LAS FORMAS MARCAN LA DIFERENCIA

Algunas marcas sorprenden con bolsos que recuerdan a estuches planos de joyería. El asa joya de Cavalli contrasta con las formas geométricas de Kostadinov, que evocan construcciones de cartón. Mientras que Valentino juega con el concepto de dualidad, Valli imagina un bolso que parece un cojín ultra suave. La aproximación de Ottolinger a las formas y asas roza lo surrealista, con diseños que parecen estar unidos por grapas.

Expo Riva Schuh y Gardabags inaugurarán la nueva temporada del 14 al 17 de junio de 2025, reflejando las últimas inspiraciones de las pasarelas tanto en colecciones clásicas como en nuevos lanzamientos.

IFEMA MADRID anuncia a Asier Labarga como nuevo director de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid



IFEMA MADRID nombra a Asier Labarga como nuevo director de la gran pasarela de la moda en nuestro país apostando por la profesionalización del evento y el impulso comercial de la moda española, potenciando el talento y sus señas de identidad poniendo el foco en la internacionalización de la pasarela y sus diseñadores, así como en la sostenibilidad.

Con una sólida trayectoria en IFEMA MADRID de más de quince años como gerente y director de ferias profesionales, Asier Labarga ha trabajado en proyectos relacionados con lifestyle e industrias creativas, enfocándose en los últimos cinco años al mundo del entretenimiento, liderando la nueva línea de ocio y espectáculos IFEMA MADRID LIVE, posicionado al recinto ferial madrileño como un nuevo espacio de ocio referente en la capital, donde se mantiene y asume el nuevo reto de ser el responsable de MBFWMadrid.

Objetivo: reposicionar MBFWMadrid en el circuito internacional y como motor de crecimiento para la industria de la moda española

"Es un reto que asumo con la mayor de

las responsabilidades. Desde IFEMA MADRID queremos impulsar esta plataforma para reposicionarlo en el circuito internacional, con un enfoque continuo en la agilidad y adaptación a los retos de la industria de la moda y en especial al diseño de autor, para ser un escaparate de excelencia creativa y un motor de crecimiento para la industria de la moda española.

Nos encontramos en un proceso de cambio que ya comenzamos con la incorporación de Valentina Suárez-Zuloaga como directora creativa, algo que nos permite conocer de primera mano el pulso del sector de la moda y ser un aliciente para seguir trabajando mano a mano para lograr los objetivos marcados", ha señalado el nuevo responsable de la pasarela, Asier Labarga.

Asier Labarga sustituye en el cargo a la hasta ahora directora Ana Rodríguez, quien durante más de cuatro ediciones ha permitido fortalecer la imagen de la pasarela, su profesionalización y digitalización del evento y que continuará asumiendo proyectos profesionales en IFEMA MADRID.

Heimtextil aterriza en la Semana del Diseño de Milán



El diseño interior textil en su máxima expresión es una parte fundamental de Heimtextil, la plataforma más influyente y global de textiles para el hogar y el contract, así como del diseño textil. Patricia Urquiola expresó este enfoque de forma espectacular el pasado enero en Fráncfort con su instalación among-us.

Ahora, esta prestigiosa feria da el salto a la Semana del Diseño de Milán (del 6 al 12 de abril): productos exclusivos de la reconocida diseñadora Patricia Urquiola, creados específicamente para Heimtextil, se presentan por primera vez en este importante evento del diseño. Integrados en un entorno interior diverso, destacan el papel esencial que desempeñan los textiles en un diseño integral y coherente.

Las obras protagonistas: 'Gruuvelot' y 'Mushmonster'

Dos piezas diseñadas por Patricia Urquiola exclusivamente para Heimtextil se presentan en Milán. Se trata del sofá Gruuvelot y la escultura acolchada Mushmonster, creados en colaboración con Moroso. Con sus formas orgánicas, ambas piezas se integran de forma fluida en el entorno que las rodea, invitando al contacto físico y la interacción.

Gruuvelot: representa un organismo que se expande y despliega en el espacio. Sus protuberancias y volúmenes excepcionales forman un ecosistema de asientos fluido que se adapta al cuerpo, ofreciendo múltiples posibilidades de interacción.

Mushmonster: está inspirado en la forma de un hongo gigante y simboliza un organismo en constante metamorfosis. Su relleno permite una producción sostenible y la creación de formas complejas. El revestimiento, también diseñado por Urquiola, envuelve la escultura acolchada. El tejido es innovador y sostenible, producido mediante un proceso de impresión basado en agua y ahorro de CO₂.

Estas piezas únicas debutaron en Heimtextil en Fráncfort el pasado enero, dentro de la instalación among-us de Patricia Urquiola. Allí se presentaba una visión del diseño interior del mañana: cómodo, funcional, estético, sociable y sostenible. La instalación fue uno de los puntos destacados de la feria, invitando a los visitantes a detenerse, conectar y encontrar inspiración para nuevos proyectos.

La colaboración con Patricia Urquiola en Fráncfort sigue adelante. La arquitecta y diseñadora ya trabaja en una nueva exposición exclusiva para la próxima edición de Heimtextil, que se celebrará del 13 al 16 de enero de 2026. Se trata de una evolución de su reconocida instalación among-us, con una puesta en escena completamente nueva. Esta combinará objetos táctiles con elementos digitales, proyecciones visuales e impulsos acústicos, creando así una experiencia inmersiva total.

080 Barcelona Fashion cierra su 35ª edición consolidándose como una plataforma de alcance global



La semana de la moda catalana finaliza su 35ª edición consolidándose como una plataforma de alcance global y alcanzando cifras de éxito. 080 Barcelona Fashion ha abierto las puertas del Open Area del Recinte Modernista de Sant Pau a más de 3.000 visitantes que han podido disfrutar de este espacio abierto al aire libre donde poder ver los desfiles en streaming y vivir una experiencia única disfrutando del mejor street style.

Con un total de 614 periodistas y creadores de contenidos, de los cuales 136 son internacionales, la 080 Barcelona Fashion se consolida como uno de los escaparates de interés del panorama internacional. Durante las cuatro jornadas de la 35ª edición, ha destacado la presencia de asistentes internacionales, de países como Italia, Francia, Países Bajos y en especial Reino Unido y Estados Unidos. En el terreno digital, se han potenciado las visualizaciones en Instagram y YouTube en streaming, mediante la creación de contenidos estáticos y de vídeo que han dado una cobertura global al evento, desde los desfiles hasta el backstage.

En el marco de esta edición, el Govern y el Ayuntamiento de Barcelona han anunciado una nueva alianza estratégica para impulsar la plataforma 080 Barcelona Fashion. Esta colaboración entre ambas administraciones busca proyectar la moda catalana a nivel global y consolidar Barcelona como capital internacional del diseño, transformando el sector mediante la creatividad, innovación, sostenibilidad, diversidad y circularidad.

La iniciativa forma parte de una estrategia más amplia del Departamento de Empresa y Trabajo, a través del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda (CCAM), para crear un ecosistema sólido entre diseñadores, empresas e instituciones, en un sector que actualmente cuenta con más de 13.500 empresas, genera 14.500 millones de euros por las empresas del sector de la industria de Cataluña y ocupa más de 80.000 personas, reforzando así las actuaciones del gobierno catalán para transformar la industria de la moda con un claro enfoque internacional.

Patrocinadores y colaboradores de la 35ª edición de 080 Barcelona Fashion

En esta edición, el evento ha contado con el apoyo de tres patrocinadores y ocho colaboradores. Los patrocinadores son MAC Cosmetics (maquillaje oficial), Wella (peluquería oficial) y ME Barcelona (hotel oficial). En cuanto a los colaboradores, las marcas que participan en esta edición son: Thuya Professional Line (manicura oficial), Rowenta (planchado e higienización oficial), La Roca Village (destino de moda oficial y experiencia), Aquabona (agua oficial), Cointreau (licor oficial), Coolifting (tratamiento oficial), La Dama (restaurante colaborador) y Bastian Beach (restaurante colaborador).

PMG PROMOGIFT 2026, nueva cita con el sector del regalo promocional



El sector de Publicidad a Través del Objeto, PTO, vuelve a tener su cita anual en la décimo octava edición del Salón Internacional del Regalo Promocional, PMG PROMOGIFT, que organiza IFEMA MADRID, en el Pabellón 12 de su Recinto Ferial, del 12 al 14 de enero de 2026.

Una convocatoria que se ha consolidado a lo largo de su trayectoria como la mayor plataforma comercial en el sur de Europa para este importante segmento económico,

Así se confirmó, una vez más, con las cifras registradas en la última edición del Salón, visitado por más de 7.000 profesionales - representando a 4.900 empresas-, procedentes de 30 países; así como las 170 empresas participantes, originarias de 12 países (un 20% más que en 2024), que mostraron su oferta en una superficie neta expositiva de 5.600 m² (lo que representó un crecimiento del 7% respecto al año anterior).

Las dos entidades del sector, AIMFAP, la Asociación de Importadores, Mayoristas y Fabricantes de Artículos Promocionales, y FYVAR, la Asociación de Fabricantes y Vendedores de Artículos Publicitarios y Promocionales, que representan a una industria que factura al año en torno a 2.400 millones de euros, vuelven a respaldar a su mejor escaparate comercial.

Una convocatoria de alta rentabilidad, en la que se dan cita los mayores fabricantes, distribuidores e importadores de regalo promocional y publicitario y maquinaria, con un amplio colectivo de profesionales del sector del PTO, integrado por reclamistas, agencias de publicidad, agencias de comunicación, rotulistas y Artes Gráficas.

PMG PROMOGIFT programará una agenda de charlas y conferencias en torno a las cuestiones de mayor actualidad e interés para el sector, en un espacio especialmente habilitado para ello, el FORO, dada la gran aceptación que tuvo esta iniciativa en la anterior edición.

En definitiva, PMG PROMOGIFT proporcionará a esta industria un espacio de negocio de gran nivel, al tiempo que ofrecerá a las empresas la máxima visibilidad a sus últimas novedades.



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:

