

PUNTO

MODA

NÚMERO 371 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

IV Congreso de la Industria Cosmética by AITEX

**El Centro
Tecnológico del
Calzado INESCOP
pone en marcha
un rebranding para
seguir liderando
el futuro del sector**



ENCUENTRANOS EN

messe frankfurt

**texworld
apparel sourcing**

PARIS

15 – 17.09.2025

**PARIS LE BOURGET,
FRANCIA**



Tejiendo el Futuro

Suministro | Business | Soluciones

texworld-paris.com

part of

TEXPERTISE
the textile business network

including **avantex** | **leatherworld**



Nuestra Portada:
Desigual y BOTTER

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

Redacción:
José Antonio Blanco - Elena Sisó

Departamento Comercial:
essl@edicionessibila.com

Administración:
essl@edicionessibila.com

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

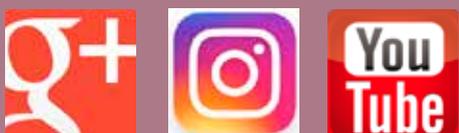
ISSN 2564-8993

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



PUNTO MODA

tym
textil y moda



Las familias gastarán una media de 178 euros en las tiendas online para la "Vuelta al cole"



La presión económica de muchas familias se agrava durante el periodo de la vuelta al cole, ya que, tras los excesos del verano, la partida que tienen que destinar para comprar el material escolar cada vez es mayor debido a la inflación. De hecho, el gasto medio que se prevé que destinen las familias a la vuelta al cole a través de comercio online es de 178 euros, según el Informe "Vuelta al cole 2025" de Webloyalty. Por otro lado, las ventas online crecerán un 35% con respecto al mismo periodo de 2024.

Las partidas que se prevé que reciban más pedidos online son las categorías de electrónica y ordenadores (52%), libros (30%) y moda infantil (18%), categorías que también fueron las que más pedidos recibieron en la campaña de 2024.

"El comercio electrónico cobra cada vez más relevancia en este tipo de campañas, pues facilita a las familias la búsqueda de mejores ofertas, comparando precios de la cantidad de cosas que van a necesitar los pequeños de la casa. Además, la conveniencia de las compras online, que se pueden realizar desde cualquier sitio y lugar, evita desplazamientos innecesarios en momentos vacacionales. De hecho, nuestro informe revela que el volumen de pedidos online durante ese periodo crecerá un 15% con respecto a 2024", explica Paula Rodríguez, Business Development Senior Director de Webloyalty Iberia, compañía líder en generación de ingresos adicionales para eCommerce a través de una solución de Retail Media

1 de cada 3 hogares vive con menos de 2.000 euros al mes

El IV Observatorio Cofidís de Economía, Sostenibilidad y Nuevas Tendencias de los Hogares Españoles 2025 señala que el 31% de las familias españolas vive con menos de 2.000 euros mensuales, y los hogares con ingresos de entre 2.000 y 3.000 euros cada vez es menor, lo que muestra la presión económica de las familias y la limitación de su capacidad de ahorro. Por ello, en momentos en los que el gasto es inevitable, el comercio online se convierte en una alternativa para mirar, comparar y poder descubrir opciones con mejores precios o promociones.

"Pero no sólo los propios descuentos o la posibilidad de comparar precios en las webs. Para momentos intensivos de compras online son especialmente interesantes los clubes de compras como Privilegios en Compras, que por una cuota mensual ofrece un 10% mínimo de reembolso por todas las compras realizadas a través de la plataforma, que cuenta con más de 700 tiendas online adheridas entre los que se hallan muchos de los comercios reconocidos y de confianza a los que tradicionalmente recurrimos", revela la directiva.

La vuelta al cole, el pistoletazo de salida del Golden Quarter para las tiendas online

La campaña de la vuelta al cole toma cada vez más importancia para los comercios ya que supone el pistoletazo de salida a un periodo intensivo de compras y consumo. Y es que el denominado Golden Quarter supone una época de alta demanda de consumo que los comercios tratan de aprovechar para alcanzar los niveles de rentabilidad objetivo.

"Una de las bondades del Retail Media es que permite realizar una publicidad y un marketing discreto, dirigido a satisfacer las necesidades del consumidor en el momento oportuno.. Por ello, esta solución estratégica es clave para ofrecer una experiencia de compra única al mismo tiempo que logra mejorar la rentabilidad de las marcas y retailers que trabajan con márgenes muy ajustados para poder ofrecer las mejores ofertas en cada momento del año", revelan desde Webloyalty.

Primark abre una nueva tienda en GranCasa en Zaragoza tras una inversión de más de 6 millones de euros



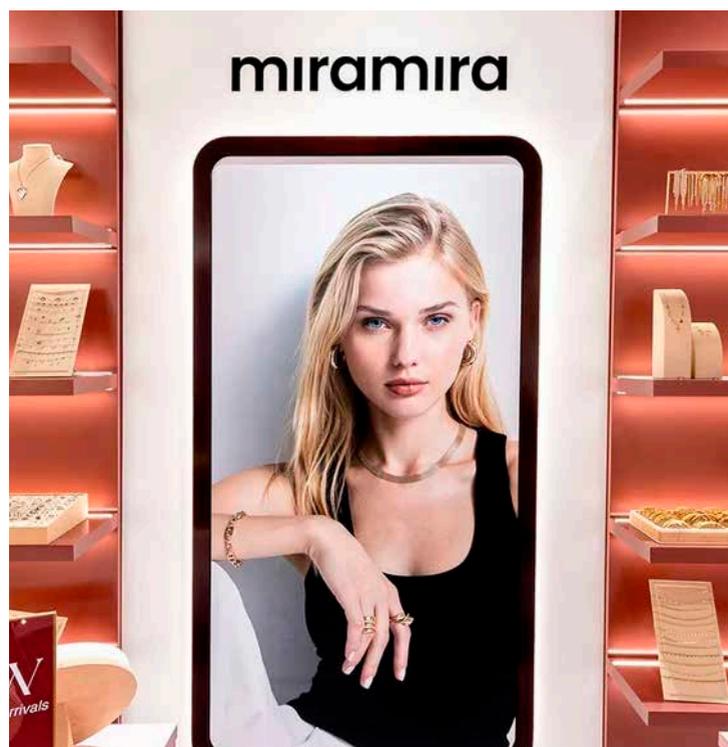
Primark, la compañía internacional de retail, ha abierto las puertas de su nueva tienda en Zaragoza, situada en el Centro Comercial GranCasa. Con una inversión de más de 6 millones de euros, se trata de la tienda número 66 de Primark en España y la segunda en la ciudad, tras la tienda de Puerto Venecia. En Primark GranCasa trabajarán más de 65 personas. En total, Primark cuenta actualmente con un equipo de más de 350 personas en Zaragoza entre los dos centros comerciales.

Con más de 2.000 metros cuadrados de espacio comercial, todo en una planta, la nueva tienda ofrece la fantástica experiencia en tienda por la que Primark es conocida y apreciada y una amplia gama de productos, desde productos básicos de uso diario como ropa vaquera y para dormir, hasta las últimas tendencias en moda, belleza y ocio, incluyendo las colecciones de Primark para esta temporada. Todo a precios asequibles que encantarán a los clientes de Primark GranCasa. La nueva tienda de Primark en Zaragoza tendrá tanto cajas de autopago como tradicionales atendidas por personal.

Primark está comprometida a ofrecer productos más sostenibles al alcance de todos. La compañía de retail ya ha conseguido que el 66% de su ropa esté fabricada con materiales reciclados o de origen más sostenible, con el objetivo de alcanzar el 100% en 2030. A principios de este año, el retailer puso en marcha su programa de recogida de textiles en todas las tiendas de España, por el que los clientes pueden depositar la ropa, el calzado, los accesorios y los textiles para el hogar que deseen, independientemente de su marca o estado, en los puntos de recogida designados en las tiendas Primark.

En colaboración con Yellow Octopus, Primark garantiza que estos artículos se reutilicen o reciclen. Los fondos generados por esta iniciativa se destinarán a los programas mundiales de UNICEF, que ofrecen a los niños un mejor acceso a la educación, la atención sanitaria y la ayuda de emergencia. Primark GranCasa también participará en este programa y tendrá una de las cajas de recogida en la tienda.

Miramira acelera su expansión nacional e internacional con más de 15 aperturas en el inicio de verano y más de 40 en camino



Miramira, la marca española de joyería accesible nacida en Madrid en 2022, está viviendo un verano brillante. En junio y julio, la firma ha inaugurado tiendas en más de 15 ciudades de Europa y el Mediterráneo, consolidando su posición como uno de los proyectos de retail más dinámicos del sector.

Kerkyra, Mykonos, Chalkida y Preveza en Grecia; Chipre, Irlanda, Varsovia, Milán, Siracusa, Catania, Toulouse, Troyes, Vienne, Roma Termini y Benidorm son algunas de las nuevas ubicaciones que ya lucen el característico estilo dorado de Miramira. Y esto no ha hecho más que empezar: hay más de 40 nuevos proyectos en marcha.

“Estamos aprovechando el momento, la energía del verano y las ganas de expansión del equipo. Cada nueva apertura es una oportunidad de acercarnos más a nuestras clientas, de seguir construyendo comunidad y de posicionarnos como la marca de joyería accesible de referencia”, explica Ce Ye, CEO de la marca.

Con más de 200 puntos de venta en más de 20 países, Miramira ha demostrado que es posible crecer rápido sin renunciar a lo esencial: diseño cuidado, calidad real y precios justos. Sus piezas, fabricadas en acero inoxidable hipoalergénico y chapadas en oro de 14 quilates con tecnología PVD, están pensadas para durar, resistir el ritmo del día a día y adaptarse a todo tipo de pieles.

Mango acelera la expansión de su línea juvenil Mango Teen en Reino Unido



Mango, uno de los principales grupos de moda a nivel mundial, acelera la expansión de su línea Teen en el Reino Unido al identificar una oportunidad en el mercado para la moda juvenil, contemporánea y de calidad, junto con el creciente poder adquisitivo de los adolescentes en el país.

La compañía abre su tercera tienda de Teen en el centro comercial Buchanan Galleries, en Glasgow, lo que representa la primera tienda de la línea juvenil en Escocia y la primera fuera de Londres. El nuevo punto de venta cuenta y genera 10 nuevos puestos de trabajo. Además, incluye el concepto New Med, un diseño interior inspirado en la herencia y la cultura mediterránea de la marca, con texturas naturales, tonos cálidos y materiales sostenibles que crean un espacio de compra luminoso y acogedor.

Este hito se produce tras el sólido desempeño de la línea desde su lanzamiento online en 2021. El exitoso crecimiento de Mango Teen en el mercado ha estado impulsado por la apertura, el año pasado, de las primeras tiendas independientes de la marca en Carnaby Street y Westfield London, así como por un mayor reconocimiento de la marca entre un grupo demográfico de consumidores más jóvenes.

Reino Unido, uno de los mercados prioritarios para Mango, fue el primer país internacional en acoger una tienda independiente de Mango Teen, y actualmente lidera el número de esta línea fuera de España. La expansión de Mango Teen forma parte del plan de crecimiento global de la marca, que en 2024 duplicó el número de tiendas independientes hasta superar las 40, y amplió su presencia online a 95 mercados.

Masaltos.com impulsa el pago fraccionado en sus rebajas y supera el 25% de pedidos con financiación



Masaltos.com, tienda online pionera en España en la venta de calzado para aumentar la altura hasta 7 cm, ha registrado un notable incremento en el uso de formas de pago financiadas durante la primera parte de su campaña de rebajas, superando el 25% de los pedidos totales, cuando su media ronda el 10%. La cifra confirma el creciente interés de los consumidores europeos por modalidades como el pago en cuotas o el pago aplazado, que en el comercio electrónico comunitario ya representan entre el 5% y el 20% de las ventas, según operadores crediticios como Sequra, Klarna y Oney.

En el caso de España, Masaltos.com ofrece tres modalidades: "Pago en 3" (tres cuotas sin intereses), "Pago fraccionado" (en varias cuotas adaptadas al cliente) y "Compra ahora y paga después" (pago diferido una semana). Durante las rebajas, el 60,4% de los clientes españoles que optaron por financiación eligió "Pago en 3", el 27,9% el pago fraccionado y el 11,7% el modelo de pago diferido. La cesta media de las compras financiadas en España se situó en 137,7 euros.

A nivel europeo, el 66,7% de las compras financiadas de Masaltos.com procedieron de países de la Unión Europea (frente al 33,3% de España). En el mercado comunitario, la preferencia se inclinó hacia el formato "Paga más tarde" (69,2%), mientras que el 30,8% optó por cuotas. Entre los países más activos destacan Italia (30,7%), Alemania y Portugal (23% cada uno) y Finlandia (15,3%), donde el pago aplazado goza de gran popularidad. Francia representó el 7,6%, mientras que el resto corresponde a países como Bélgica o Austria. La cesta media europea alcanzó los 155,1 €, un 12,6% más que en España.

Según un estudio de mercado realizado por la entidad crediticia Younited, el 33% de los consumidores europeos ya ha utilizado el pago fraccionado, y el 35% adicional está dispuesto a considerarlo. Este método ha crecido más de un 25% en los últimos tres años, impulsado por la digitalización, la demanda de flexibilidad y la gratuidad del servicio, que es la principal motivación para el 47% de los usuarios españoles. Además, el 70% de los consumidores opta por aplazar pagos entre 500 y 3.000 euros, especialmente en categorías como moda y tecnología.

Desigual y BOTTER lanzan su primera colección que transforma el mar, la autoexpresión y la libertad en moda unisex



Esta propuesta reafirma el compromiso de Desigual con un diseño experimental, comprometido y global, impulsando su evolución estética a través de colaboraciones que amplifican su identidad y proyección internacional.

«High Tides» bebe de las raíces caribeñas de BOTTER y del espíritu mediterráneo de Desigual, utilizando el agua como metáfora central. El mar se convierte en un símbolo de unidad y fluidez, recordándonos que, aunque la geografía nos separe, la emoción compartida, la cultura y la humanidad nos unen.

Esta colección narra una historia de conexión global a través de los fragmentos y el flujo. Inspirada en la herencia caribeña de BOTTER y en las raíces barcelonesas de Desigual, refleja un diálogo entre culturas e identidades. Cada prenda canaliza un espíritu de re-creación, donde elementos antes separados se unen para formar un nuevo lenguaje audaz y coherente. Las piezas exploran la conexión emocional y cultural, no solo a través del corte o los materiales, sino a través de la idea del agua como fuerza fluida y unificadora.

El agua es un tejido vivo en esta colección: cruza fronteras, toca todas las orillas y fluye por cada diseño. El océano conecta a personas, historias y culturas, y «High Tides» refleja eso a través de composiciones atrevidas y en capas.

Las prendas hablan más allá de la moda: cuentan historias de re-creación y de la belleza de la adaptación. El emblemático patchwork de Desigual, durante mucho tiempo símbolo de creatividad e identidad multicultural, se funde con la artesanía visionaria de BOTTER. Juntas, ambas visiones crean siluetas audaces, con múltiples capas y profundamente humanas.

Compañía Fantástica: New season. New logo.

Compañía Fantástica comparte el lanzamiento de su nueva identidad visual.

Un logo que no es solo una forma, sino una declaración de intenciones: «seguimos apostando por lo que siempre nos ha definido –la cercanía, la calidez y la valentía– con una mirada renovada y contemporánea».

Este cambio marca el inicio de una nueva era para la marca, «más conectada que nunca con una sensibilidad estética que evoluciona con nuestro tiempo».



Compañía Fantástica

elPulpo y la Fundación Álvaro Morata lanzan su primera colección solidaria de ropa para apoyar a la infancia



elPulpo y la Fundación Álvaro Morata han lanzado su primera colección solidaria de moda, una iniciativa que refuerza el compromiso de ambas organizaciones con la infancia y los valores sociales. El 100% de los beneficios obtenidos de la venta se destinará a apoyar los proyectos solidarios de la Fundación, que tiene como objetivo ayudar a niños y niñas que enfrentan dificultades médicas, económicas o sociales a través del deporte y la promoción de valores esenciales.

Los imprescindibles de Trucco que no pueden faltar en la maleta este verano



ARKET SS25: prendas perfectas para el entretiempo



Con prendas versátiles, cómodas y sofisticadas, la firma propone una maleta ligera pero infalible, pensada para mujeres prácticas que no renuncian al estilo.

El vestido largo fluido se convierte en el aliado perfecto para una cena especial. Con estampado sutil y caída vaporosa, su silueta estiliza sin esfuerzo y se adapta tanto a unas sandalias planas como a unas de tacón. Ideal para esos momentos especiales en los que quieres sentirte elegante sin complicaciones.

Para los días de sol, el conjunto de short con bordado y top escote halter a juego se impone como opción infalible. Su tono neutro facilita las combinaciones con otras prendas y accesorios, y su tejido ligero lo convierte en un comodín para recorrer cualquier destino con estilo y frescura. El pantalón corto, aporta un aire sofisticado incluso en los looks más relajados, también se puede combinar con el top étnico sin mangas que le dará un enfoque más veraniego y elegante.

Piezas versátiles que dialogan entre el frescor de la mañana y la calidez de la tarde, diseñadas para moverse con naturalidad entre climas y momentos.

ARKET es una marca que ofrece colecciones para hombre, mujer, niño y hogar, así como una cafetería vegetariana neónórdica. Sus primeras tiendas abrieron en agosto de 2017, en Regent Street en Londres y en arket.com. La marca cuenta actualmente con 25 tiendas físicas en Europa, China y Corea, así como una tienda online disponible en 30 mercados europeos. La tienda online global realiza envíos a más de 70 destinos en todo el mundo.

Carhartt WIP Fall/Winter 2025 Collection



BYAN viste el verano con estampados y mangas abullonadas



Como siempre, la colección parte de los íconos esenciales de Carhartt WIP, presentados en acabados clásicos de lona lavada y suavemente desgastada. Una paleta base de Hamilton Brown, cera y beige se ve interrumpida por destellos vivos de rojo –una reinterpretación de los forros y detalles utilitarios tradicionales– visibles en prendas como la chaqueta Stanton y el pantalón OG Double Knee.

Mientras tanto, en prendas exteriores de sarga y camisas de franela a cuadros, tonos profundos de granate, azul marino y malva evocan el brillo en tonos joya del horizonte de una ciudad al anochecer. Estas se equilibran con piezas en pana táctil, tejido tipo borrego y lona revestida –como la chaqueta OG Dean– que incorporan texturas de mediados de siglo y tonos marrones, burdeos y azules.

El último eje de la colección está definido por capas de inspiración militar y siluetas de abrigo contundentes, como se ve en la chaqueta acolchada OG Active Cold, confeccionada en resistente Cordura® con un nuevo estampado 'Camo Combi'. Este motivo se replica en chaquetas, pantalones y accesorios de la colección. Un camuflaje adicional titulado 'Wild Dog Camo' aparece en la línea femenina, aplicado en camisas, pantalones y prendas de punto. En otro ejemplo, la bomber con capucha Olten toma como base una silueta familiar, con cierre central y capucha tipo snorkel, haciendo referencia a la icónica Siberian Parka de Carhartt WIP.

Este verano, BYAN desafía las altas temperaturas con una propuesta clásica y, al mismo tiempo, rompedora, pensada para convertirse en la mejor aliada de las mujeres más elegantes durante los días y noches estivales. Retomando sus inconfundibles siluetas vaporosas y estampados llenos de personalidad, la firma presenta tres vestidos con mangas abullonadas y escote ojo de cerradura, confeccionados en tejidos frescos y originales que prometen marcar tendencia.

El vestido Lago deslumbra con un delicado estampado floral en tonos verdes y flores blancas, evocando la frescura y ligereza de la temporada. Combinado con unas sandalias planas, se convierte en la opción ideal para un look sofisticado y único.

Por su parte, el modelo Portocarro mantiene la esencia floral con un giro vibrante: una paleta de naranjas y morados que garantizan acaparar todas las miradas. Un diseño pensado para quienes no temen destacar.

Para aquellas que se inclinan por una estética más sobria, pero para nada básica, el vestido Sintrareinterpreta las flores en blanco y negro, dando lugar a un estampado elegante y atemporal que funciona como el lienzo perfecto para un estilo con carácter.

Sea cual sea la elección, BYAN reafirma su compromiso con la reinención de los clásicos, transformándolos en piezas sofisticadas que, lejos de resultar convencionales, transmiten personalidad y estilo allá donde vayas.

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



IV Congreso de la Industria Cosmética by AITEX

Esta iniciativa promovida por AITEX emerge como el foro principal para los expertos y profesionales del ámbito de la cosmética. Esta jornada de puertas abiertas, que se llevará a cabo de manera presencial, está diseñada para hablar de la cosmética del futuro, abriendo paso a las más recientes tendencias en innovación.

El evento trata sobre cómo la biotecnología está revolucionando la industria cosmética, permitiendo el desarrollo de productos más eficaces, sostenibles y personalizados. Se utiliza para obtener ingredientes activos más potentes, mejorar la eficacia de los productos y desarrollar tratamientos para problemas específicos de la piel, como arrugas, manchas y protección solar.

Esta jornada no solo representa una oportunidad para aprender de expertos, sino también para hacer networking en un ambiente colaborativo. Se fomentará el intercambio de ideas, el establecimiento de contactos y el fortalecimiento de relaciones profesionales.

PROGRAMA

09.00. Recepción y Acreditaciones

09.15. Apertura del acto

A cargo de León Grau, presidente de AITEX

09.25. «Cómo la biotecnología está redefiniendo la cosmética moderna»

A cargo de Federico Grau, Ingeniero Agrónomo y Doctor en Biotecnología. CEO en Madeinplant

10.00. «Tendencias en biotecnología aplicada al cuidado de piel y cabello»

A cargo de Cristina Guillem, directora de proyectos I+D

10.30. Coffee Break

11.10. «Cosméticos aplicados en entornos clínicos. Caso práctico»

A cargo de Joaquín Espiñeira, dermatólogo

11.50. «¿Qué puede aportar la biotecnología en patologías crónicas de la piel?»

A cargo de Asun Arias, farmacéutica y experta en dermofarmacia y micronutrición.

12.30. «Presentación del Clúster de Cosmética de la Comunidad Valenciana»

A cargo de Consuelo Vaquer, presidenta del Clúster de Cosmética de la CV

13.10. Lunch - coworking

14.30. Casos de éxito de desarrollos con biotecnología aplicada

Modera: Dr. Patricia Gisbert - Innovation Manager Beauty Cluster. Participan empresas finalistas Premios Empresariales AITEX



2024: Prospera Biotech, System Skin y Vytrus Biotech.

15.30. Mesa redonda «¿Es la biotecnología una aliada para el sector?»

Modera: Beatriz García, delegada de Levante de la SEQC

16.30. Cierre institucional

17.00. Workshops profesionales

Taller etiquetado «De la teoría a la etiqueta: puntos clave en mercados internacionales»

Taller eficacia «Estudios para reivindicaciones de claims»

Taller SPF «Novedades en protección solar en cosméticos. ISO 23675 e ISO 23698»

18.00. Cierre de la jornada

Prada presenta su nueva fragancia masculina, Prada Paradigme

Desde 1913, Prada ha creado diálogo y cuestionado convenciones, invitando a la experimentación creativa para abrir nuevas perspectivas. Hoy, esa historia continúa con Prada Paradigme: una fragancia que trasciende las ideas preconcebidas tradicionales preguntando: ¿Y si hubiera otra manera?

Hecho con la intención de aquellos que dan forma a su viaje a través de la exploración, Prada Paradigme examina la interacción entre el yo interior y el mundo exterior. Encapsulando una tensión característica de Prada, el resultado es una firma Amberly Woody que es compleja en su simplicidad, audaz en su moderación - e impregnada del toque vanguardista característico de la marca.

Anagrama aumentado de «Prada», el nombre Paradigme continúa la firma iniciada por Paradoxe, sirviendo de invitación a resistirse a las limitaciones de la conformidad y embarcarse en una aventura de cambios finos que exploran múltiples formas de expresar la propia identidad. Rechazando la inmovilidad en favor del movimiento incesante, la experimentación y la individualidad, elude la norma y fomenta cambios sutiles que abren nuevas posibilidades. La confianza se redefine como curiosidad, la fuerza como delicadeza y el éxito como libertad para crear el propio paradigma.

Paradigme [pa-ruh-dym] nombre. Una nueva perspectiva. Una nueva forma de pensar, de hacer, de ser.

Fiel al compromiso de Prada con la creatividad sin límites, Paradigme es la obra de múltiples experiencias; la culminación de una colaboración entre tres perfumistas reconocidos por su artesanía: Marie Salamagne, Bruno Jovanovic y Nicolas Bonneville. Nacido de conversaciones y experimentaciones dinámicas, Prada Paradigme redefine la perfumería masculina a través de composiciones inesperadas.



Nuxe revoluciona el cuidado de la piel con la nueva línea Merveillance Lift

La búsqueda de una piel firme, luminosa y revitalizada encuentra este mes un nuevo aliado gracias a Merveillance Lift, la última innovación de Nuxe, marca pionera en cosmética natural. La firma francesa presenta dos lanzamientos diseñados para responder a las necesidades de la mujer actual: el Tratamiento Excepcional Día & Noche y el Sérum Iluminador de Ojos.

Pensados para quienes priorizan la eficacia en una rutina minimalista, ambos productos combinan fórmulas avanzadas y texturas sensoriales, ofreciendo resultados inmediatos y visibles sobre la firmeza, las arrugas y la luminosidad del rostro.

El Tratamiento Excepcional Día & Noche, vegano y con un 95 % de ingredientes de origen natural, concentra en un solo tarro el poder de una crema de día y de noche. Con Niacinamida y el Concentrado de Microalga Ultra Corrector, trabaja las 24 horas para fortalecer la piel, mejorar su elasticidad y devolverle un aspecto descansado y rejuvenecido. Tras solo una semana de uso, el 100 % de las usuarias afirma percibir su piel más firme y luminosa.

Por su parte, el Sérum Iluminador de Ojos se convierte en un imprescindible de la rutina matinal. Multifunción y práctico, gracias a su aplicador de esponja biselada y su textura enriquecida con pigmentos naturales de tono rosa melocotón, hidrata, alisa y corrige todo tipo de ojeras al instante. Su fórmula con ácido hialurónico de bajo peso molecular, niacinamida y cafeína actúa sobre bolsas, pigmentación y falta de firmeza, logrando una mirada visiblemente más uniforme desde la primera aplicación.



Este otoño, Hunkemöller celebra la autenticidad femenina con 'For Every Woman in You'



Hunkemöller da la bienvenida al otoño con su nueva campaña 'For Every Woman in You', reafirmando así su compromiso de estar presente en cada etapa y momento de la vida de las mujeres. Una propuesta versátil que combina comodidad, estilo y sofisticación, creada para resaltar la esencia y singularidad de cada una.

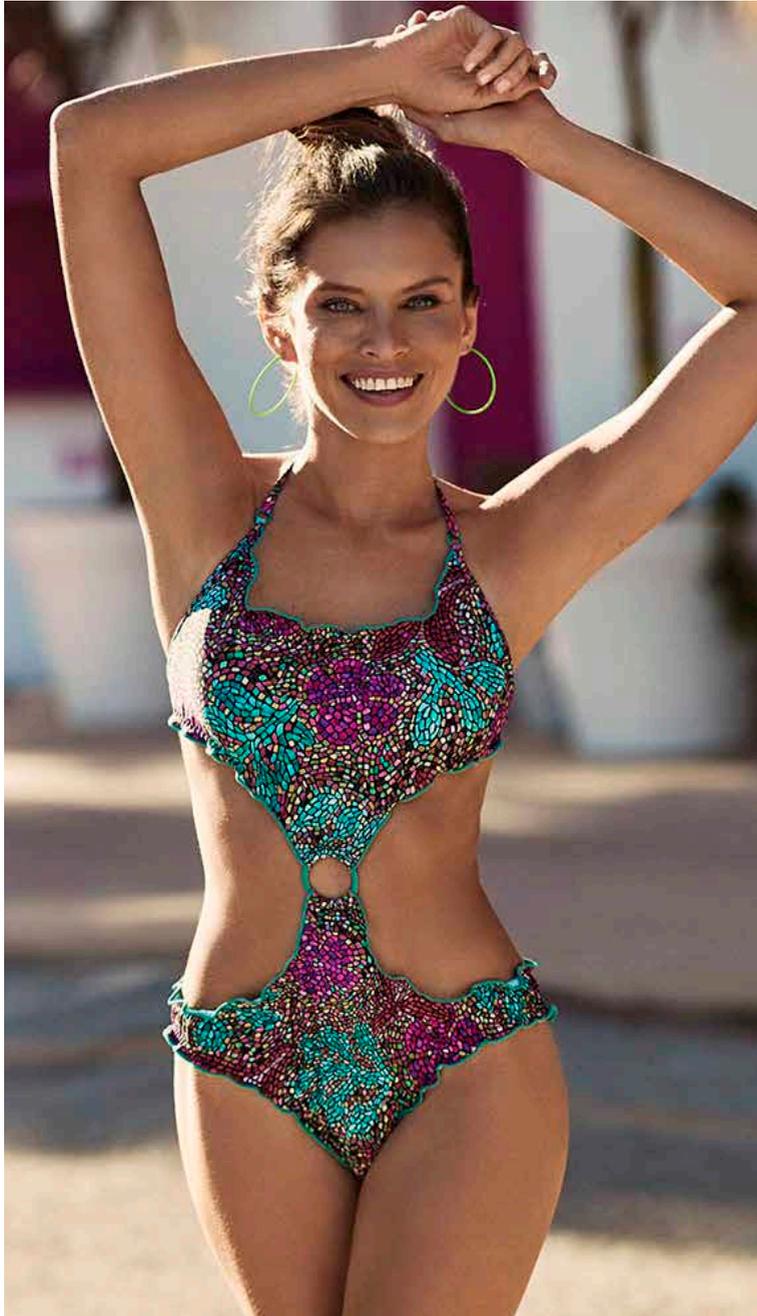
Desde básicos del día a día hasta pijamas y accesorios, pasando por sets lenceros y bodys, esta temporada la firma propone opciones para lucir impecable del día a la noche, tanto en casa como en la calle, sin renunciar al confort. Más que lencería, una colección con piezas en tendencias que se adaptan a cada ocasión.

Moda bajo el sol, los total look de Triumph te conjuntan en los días de verano



El look de playa se eleva y se vuelve urbano, sin perder su esencia relajada. Las prendas fluyen con el movimiento del cuerpo y se adaptan a cualquier plan veraniego. Ideal para quienes buscan un estilo que combine confort, feminidad y tendencia sin esfuerzo.

Gaudí inspira el modelo "Ikia" de Red Point



Sus formas orgánicas, sus famosos mosaicos "trencadís" y su visión de la naturaleza se reinventan en un estampado vibrante, lleno de carácter y personalidad.

Arte que se lleva puesto IKIA no es solo una propuesta de diseño: es una forma de expresión para quienes buscan algo diferente. Un modelo ideal para quienes ven la moda como un lienzo, y el verano, como una oportunidad para destacar con estilo. Completa tu look IKIA con la túnica de gasa o la falda de tejido fluido, ambas en el mismo estampado. Dos piezas que aportan movimiento, frescura y un estilo coordinado perfecto para destacar este verano.

Luce una pieza única, con historia y alma artística. Este verano, deja que el legado de Gaudí camine contigo. Convierte cada día de sol en una declaración de estilo.

Suismie's y 38 Grau presentan » A Domingueira»: una oda al verano slow junto a Rita Montezuma



La firma Susmie's se une a la marca de baño portuguesa 38 Graus y a la influencer Rita Montezuma para lanzar "A Domingueira", una cápsula limitada inspirada en el ritual más gozoso del verano: ser una auténtica domingueira.

Playtex: la lencería perfecta para tu maleta de verano



En color negro, beige, blanco... los sujetadores clave para todos tus planes estivales están en Playtex: desde el clásico sujetador negro de encaje, sin aros para mayor comodidad, hasta los diseños moldeadores ideales para llevar bajo prendas ajustadas o si buscas ropa interior para combinar con tu look de evento.

Amelia Gray y Puma Mostro toman el control de la noche



Demostrando la versatilidad de esta silueta híbrida al adaptarla a su propio estilo, Gray se aventura bajo las deslumbrantes luces de la noche, haciendo de la pista de baile su propia pasarela, mientras la música vibrante amplifica el espíritu innovador de Mostro.

Presentadas en una nueva combinación de color, un rosa intenso y un negro elegante, este modelo refleja el estilo intrépido de Gray y combina a la perfección con la energía rebelde de las Mostro.

Lanzadas originalmente en 1999 y bautizadas con el nombre de la palabra italiana para «monstruo», las Mostro se inspiran en un insólito mix, las zapatillas de atletismo con clavos de los años 60 y

las zapatillas de surf de los años 80.

El resultado es un diseño singular definido por su suela con clavos y las funcionales correas que lo rodean.

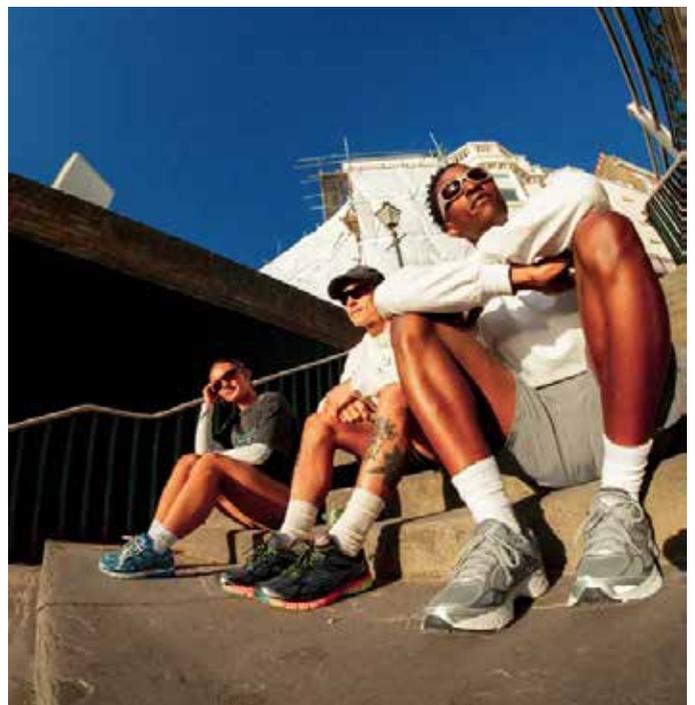
Tras una serie de colaboraciones y lanzamientos de edición limitada, las zapatillas Mostro vuelven a ser el centro de atención, con más fuerza, más audacia y más seguridad que nunca.

Se estrena una nueva etapa con el lanzamiento de las Mostro en rosa y negro, ya disponibles en PUMA.com, en las tiendas insignia de PUMA y en puntos de venta PUMA seleccionados.

Saucony presenta ProGrid Guide 7: un clásico de los 2000 reinventado con estilo moderno

Saucony, marca líder global en calzado lifestyle y de alto rendimiento, lanza ProGrid Guide 7, una silueta destacada de su colección otoño-invierno 2025 que fusiona el diseño running de principios de los 2000 con un estilo urbano actual. Pensada para quienes entienden el movimiento como una forma de vida y el estilo como una extensión de su personalidad, ProGrid Guide 7 destaca por su personalidad y comodidad.

Diseñada originalmente para el alto rendimiento, Guide 7 ha sido reinterpretada para adaptarse al estilo actual, reflejando el equilibrio perfecto entre inspiración retro y funcionalidad moderna. Su silueta estructurada, los paneles dinámicos y, una amplia gama de colores llamativos, hacen de este modelo una apuesta segura tanto para los amantes de la nostalgia como para quienes buscan diferenciarse.



Adidas y el Liverpool FC vuelven a unir fuerzas: nuevas camisetas para la temporada 2025/26

Por primera vez en 13 años, Adidas y el Liverpool Football Club vuelven a colaborar para lanzar las nuevas camisetas oficiales –local y visitante– de la temporada 2025/2026. Esta esperada asociación retoma una historia compartida en algunas de las etapas más memorables del club, como las comprendidas entre 1985 y 1996, y más recientemente de 2006 a 2012. Ahora, las tres icónicas franjas de Adidas regresan para vestir a los jugadores y aficionados con prendas que combinan tecnología de alto rendimiento y estilo de vida moderno.



The North Face lanza la colección de trail running de alto rendimiento Flora Alpina, inspirada en la flora que ha conseguido adaptarse al medio alpino



Quienes se rinden al atractivo del trail deben superar las exigencias de la naturaleza, desde las largas distancias hasta la oscuridad. La adaptabilidad es vital para cualquier corredor de trail. Años de innovación validada por atletas se sintetizan en la colección Flora Alpina, lista para abrir nuevos caminos en las ultramaratonés más duras del mundo.

Tini Stoessel se une a Under Armour como nueva embajadora de la marca

Under Armour se enorgullece de anunciar su más reciente colaboración con Tini Stoessel. La reconocida cantante, actriz e ícono global se une a la familia de la marca como embajadora con el objetivo de inspirar a una nueva generación a través de la fuerza, la autenticidad y el movimiento. Con millones de seguidores en América Latina y en todo el mundo, Tini encarna lo que Under Armour considera una “nueva clase de deportistas”: personas que entrenan con propósito, viven con pasión y usan sus plataformas para elevar y empoderar a otros.



**Pastel Dreams:
la nueva selección de
Pretty Ballerinas que
viste el verano
de suavidad y color**



Pretty Ballerinas presenta Pastel Dreams, una selección que convierte los tonos pastel en los aliados perfectos del verano. Delicados, suaves y llenos de luz, estos colores se trasladan a modelos icónicos de la firma, confeccionados artesanalmente en Menorca con materiales premium y un diseño atemporal.

Esta propuesta estival invita a caminar con calma, elegancia y estilo, acompañando cada momento con ligereza y un toque de dulzura.

El modelo YVETTE, en ante rosa empolvado, destaca por su silueta clásica y delicada. Su diseño atemporal y el pequeño lazo en la puntera evocan la feminidad serena de los veranos románticos, ideal para combinar con vestidos vaporosos o looks relajados de día.

**Lo difícil no es llevarlas,
es elegir solo una:
Refresh presenta las sandalias
de yute perfectas**



Cuñas, plataformas, tejidos trenzados y cintas al tobillo. El yute está en todas partes, y no es casualidad. REFRESH lo incorpora con naturalidad en una selección de sandalias que equilibran diseño y comodidad, pensadas para moverse entre lo urbano y lo relajado.

Cada uno de estos modelos refleja la forma en que REFRESH entiende el verano: con comodidad, autenticidad y un toque desenfadado. Todos son veganos y cuentan con la certificación oficial de PETA, fiel a su compromiso con una moda ética y consciente.

El Centro Tecnológico del Calzado INESCOP pone en marcha un rebranding para seguir liderando el futuro del sector



Inescop, centro de innovación especializado en calzado, revitaliza su imagen de marca escribiendo así un nuevo capítulo en la evolución de su identidad para adecuarse a los nuevos tiempos.

Tras más de 50 años proporcionando soluciones de alto valor añadido y herramientas para que las empresas sean cada vez más competitivas, se ha trabajado en un replanteamiento que pretende mostrar su visión de futuro y lo hace convirtiendo su elemento más icónico en protagonista de todo el lenguaje visual, el isotipo creado por el reconocido diseñador gráfico Daniel Nebot, Premio Nacional de Diseño.

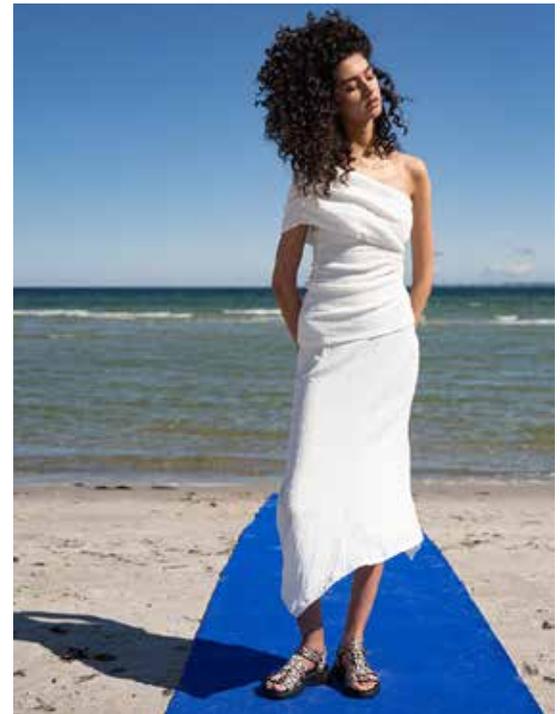
No sólo se ha decidido mantener este elemento tan reconocible de la identidad de Inescop desde hace más de dos décadas, además se le ha dotado de mayor protagonismo, ya que es el encargado de marcar las líneas de identidad en cualquiera de las comunicaciones de todas sus áreas de actividad: I+D+i, Ensayos y Formación, y por lo tanto de las soluciones aportadas por el centro en materia de innovación, automatización, digitalización, economía circular, certificación y control de calidad.

Como novedad, se ha prescindido del prescriptor que acompañaba al logo y que definía quién es Inescop, para hablar del porqué de su existencia. Abandonando la posición de acompañante, afinan su claim para ubicarse en un plano más activo: 'Shaping the future of Footwear'. Con esta fortalecida consigna, busca marcar un territorio de liderazgo para asegurar el futuro de las empresas y cumplir con las demandas actuales en materia de sostenibilidad, desde el presente y el futuro del sector del calzado y componentes.

Siendo referente en el sector del calzado en España durante más de 50 años, con esta renovación, Inescop consigue identificar un estilo común que dota de coherencia toda su comunicación. Se trata de un único sistema de identidad que recoge la representación visual de todas sus soluciones, dándoles la independencia que precisan según su área de actividad, pero siempre vinculadas a la marca matriz.

Almudena García, responsable de Comunicación en Inescop destaca la importancia de este rebranding en su estrategia de posicionamiento, ya que se ha abordado una mejora en la identidad que habla de liderazgo, futuro y especialización, pero también de colaboración, experiencia y rigor: "Nuestra forma de innovar en el sector del calzado y sus componentes, tiene como objetivo principal facilitar que las empresas logren su propósito mejorando la salud de las personas y del planeta. Por ello nuestro enfoque debe ser el de anticiparse a las tendencias y, sobre todo, de establecerlas".

Woden tiene las sandalias de leopardo perfectas para tus looks de playa



La firma de calzado sostenible WODEN cuenta con las sandalias cangrejeras en estampado de leopardo que serán un must en tus looks más revolucionarios, LINE FISHERMAN. Con ellas, podrás combinar moda y estilo con la comodidad que buscas en unas sandalias para tus paseos por la playa, la ciudad o cualquier viaje que te propongas.

Gracias al corte deportivo de estas sandalias te resultarán súper cómodas para incluir en tus viajes de verano. Su diseño de tiras cruzadas incluye la comodidad característica de la marca y la tecnología de vanguardia. Estas sandalias están fabricadas con precisión e incorporan materiales reciclados para darles un toque sostenible. La plantilla anatómica proporciona un apoyo excepcional, mientras que la ligereza de la suela, hecha con un 10% de caucho reciclado, garantiza caminar sin esfuerzo. Con Natural Soft Technology™, Line Fishermann ofrece un nivel de comodidad inigualable.

Woden es una firma de calzado sostenible centrada en los valores del diseño escandinavo y la utilización de materiales naturales y reciclados. Su calzado está cuidadosamente diseñado y fabricado por artesanos apasionados y cualificados, para garantizar su adaptabilidad a la vida urbana.

Entre París, Ubrique y Madrid: así se crean los bolsos y maletines Qosmic



Una firma, por tanto, enfocada a rediseñar el lujo para la líder del siglo XXI, y que apuesta por la tecnología de vanguardia, así como por una mujer con un perfil profesional y adquisitivo alto, que busca un bolso de calidad en el que la esencia perdure por encima de las etiquetas. Una pieza resistente, elegante y funcional para la vida real, que trascienda las tendencias y la acompañe en el día a día, completando y elevando todos sus estilismos de oficina.

Y es que en Qosmic, la mujer de negocios con conciencia ética, sostenible y amante del lujo encontrará la pieza perfecta que la acompañe durante todo el día, desde que llega a la oficina a primera hora de la mañana hasta que se va a una comida de negocios, terminando la jornada en el afterwork de moda de su ciudad.

Ferragamo: Summer Escape 2025

El verano toma forma en la selección de accesorios de Ferragamo, una narrativa de estilo pensada para días de relax y sol. Texturas suaves y desestructuradas: cada pieza está diseñada para evocar el calor del sol, la brisa marina y la elegancia atemporal de los destinos más icónicos.



Descubre los bolsos sostenibles de V°73, ideales para este verano

El oso Marvin se convierte en estrella de estilo en la nueva colección de RUE MADAM PARIS



Las creaciones de V°73 incluyen modelos diseñados para acompañarte en el día a día. Desde el modelo Responsibility Bis, un bolso de hombro fabricado en material granulado reciclado, hasta las prácticas Shopping Review en nylon o lona, cada diseño destaca por su estilo, versatilidad y su enfoque responsable.

Completando la línea de bolsos sostenibles, nos encontramos con la Shopping Review, un modelo más relajado para estos días de verano. Este modelo presenta una estructura ligera en nylon y un atrevido print frontal, combina practicidad y estilo gracias a sus dos correas y a su interior amplio, perfecto para tus días interminables de playa.

Diseñada por el dúo creativo Davide y Mattia, la propuesta fusiona savoir-faire italiano con una estética pop e irreverente que ya es marca de la casa.

La estrella absoluta vuelve a ser el oso más carismático de la moda y, una de las grandes novedades, es que ya podemos ponerle nombre, Marvin. Esta temporada se viste con un k-way vibrante y atrevido y con él, una personalidad que lo convierte en emblema reconocible y entrañable de la firma.

Entre los imprescindibles de la colección destacan los nuevos bolsos en tejido ecomontone, disponibles en versión tote y mini tote, y el recién llegado LES JOURS, un it-bag desestructurado de ecopiel vegana ultrasuave, disponible en dos tamaños y en una gama cromática que va del negro y el arena a atrevidos estampados como el de leopardo. Este bolso está diseñado para ser personalizado con charms, cadenas y pañuelos de mezcla de seda: accesorios clave para quienes hacen de su estilo una extensión de su personalidad.

IWC Schaffhausen amplía la gama de colores de su colección TOP GUN con un azul celeste muy veraniego



Este reloj incluye una caja de cerámica en un nuevo color llamado TOP GUN Miramar, un tono celeste desarrollado por IWC y Pantone®. La caja hace juego con una esfera y una correa de caucho del mismo tono. Además, el fabricante suizo de relojes de lujo lanza una nueva versión del Reloj de Aviador Cronógrafo 41 en acero inoxidable, que incluye una esfera y una correa de caucho en TOP GUN Miramar. Ambos cronógrafos están impulsados por movimientos de la familia de calibres 69000 de fabricación propia de IWC, que proporciona una reserva de marcha de 46 horas.

Gracias a la enorme experiencia en cerámica de IWC, la colección Colors of TOP GUN incluye relojes de cerámica de diferentes tonos.

John Hardy llega a Cataluña de la mano de Joyería Grau



Pandora nombra a Aurélie Alexandre como nueva country director para Iberia



Pandora, la mayor marca de joyería del mundo, anuncia el nombramiento de Aurélie Alexandre como nueva Country Director de Pandora Iberia, que comprende los mercados de España y Portugal. Este nombramiento se produce tras la reciente transición de Alizée Huitorel, quien desde principios de año asumió el rol de General Manager del clúster de Europa Occidental.

Aurélie asume esta nueva responsabilidad tras su trayectoria como Marketing Director del clúster WEEU, donde ha contribuido de forma decisiva al posicionamiento estratégico de la marca,

liderando campañas que han reforzado la conexión de Pandora con sus consumidores en Europa Occidental.

Con una sólida experiencia en retail, liderazgo de equipos multiculturales y visión de marca, Aurélie llega a Iberia con el objetivo de impulsar el crecimiento sostenible, seguir fortaleciendo la cultura corporativa y fomentar la cercanía con los clientes en ambos países.

«Estoy muy ilusionada de comenzar esta nueva etapa en Iberia, una región con gran talento, energía compromiso. Confío en que, junto a los equipos locales, seguiremos construyendo un futuro brillante para Pandora en el sur de Europa», comenta Aurélie.

Joyería Grau se convierte en el distribuidor exclusivo en Cataluña de John Hardy, la reconocida firma de alta joyería artesanal fundada en Bali en 1975. Esta alianza representa un hito para los amantes del lujo con valores, ofreciendo por primera vez en la región el acceso directo a una marca icónica que fusiona artesanía ancestral, diseño contemporáneo y compromiso con el planeta.

Desde sus inicios, John Hardy ha destacado por preservar y reinterpretar técnicas tradicionales balinesas en cada una de sus piezas. Fundada por el artista canadiense John Hardy, la marca estableció su taller en Mambal, Bali, donde generaciones de artesanos trabajan en armonía con la naturaleza. El resultado son joyas con identidad, elaboradas con plata esterlina reciclada y oro, y decoradas con patrones simbólicos y texturas únicas que cuentan historias invisibles al contacto con la piel.

La firma se ha posicionado como referente en sostenibilidad dentro del sector del lujo. Con iniciativas como 'Wear Bamboo, Plant Bamboo', John Hardy ha contribuido a la reforestación de más de 1.500 hectáreas en Bali, reafirmando su lema 'Greener Every Day'. Además, a través del programa 'Jobs for Life', la compañía apoya a jóvenes locales en su formación profesional, reforzando su compromiso con el impacto social positivo.

bisutex

En coincidencia con:

intergift
madridjoya
MOMAD



Salón Internacional de la
Bisutería y Complementos.

11-13
Sep

2025

ifema.es



Texprocess 2026 se prepara con cifras récord de participación



La feria internacional Texprocess 2026 se perfila como una de las ediciones más prometedoras en su historia reciente. Con más de 200 expositores ya inscritos, entre ellos grandes marcas, nuevos participantes y clientes habituales, el encuentro global de referencia para la transformación textil abrirá sus puertas del 21 al 24 de abril de 2026 en Fráncfort.

El evento pondrá el foco en automatización, digitalización e inteligencia artificial (IA) como ejes estratégicos para responder a los retos actuales del sector: eficiencia, flexibilidad

y sostenibilidad en un entorno de incertidumbre económica y geopolítica.

Marcas líderes y nuevos actores en el escenario internacional

Empresas consolidadas como Brother Internationale Industriemaschinen (Alemania), Kornit Digital Europe (Alemania), Macpi (Italia), Sheffield Cutting Equipment (EE. UU.) o Zünd (Alemania) ya han confirmado su participación. Junto a ellas, un total de 25 nuevos expositores debutarán en esta edición, entre ellos Coats Group (Reino Unido), Comelz (Italia), Mimaki Deutschland (Alemania), Pathfinder Australia y Valvan (Bélgica), aportando soluciones en áreas como corte, bordado, automatización y tecnologías de impresión.

Según Olaf Schmidt, vicepresidente de Textiles & Textile Technologies en Messe Frankfurt, "los clientes de larga trayectoria y los nuevos expositores depositan su confianza en Texprocess porque es el espacio que les garantiza visibilidad global y contacto directo con los decisores de la industria. En un contexto de presión económica, los visitantes encuentran aquí soluciones tecnológicas concretas para ser más eficientes y flexibles".

Tecnología como respuesta a los desafíos globales

La coyuntura actual obliga al sector a reinventarse: bajada del consumo, medidas arancelarias, tensiones geopolíticas y presupuestos restringidos. Frente a ello, Texprocess 2026 ofrecerá innovaciones que van desde sistemas inteligentes de flujo de materiales y unidades de costura robotizadas hasta controles de calidad en tiempo real basados en IA.

El objetivo es claro: optimizar procesos, reducir la dependencia de cadenas de suministro inestables y aprovechar los recursos de manera más eficiente. Como señala Elgar Straub, director general de VDMA Textile Care, Fabrics and Leather Technologies, "la innovación tecnológica es clave para garantizar la competitividad de los fabricantes de prendas y procesadores de textiles técnicos en un entorno global cada vez más complejo".

Sinergia con Tectextil y sectores clave

Una de las grandes ventajas de Texprocess es su conexión directa con Tectextil, feria que se celebra simultáneamente y atrae a un público complementario. En la pasada edición, el 72 % de los visitantes de Tectextil también asistieron a Texprocess, multiplicando las oportunidades de negocio.

El evento reunirá todas las tecnologías y servicios para el procesamiento textil, desde el diseño, corte, confección y acabados hasta la impresión digital. Los asistentes proceden de una amplia variedad de sectores: moda, denim, ropa funcional y de protección, calzado, textiles para el hogar, componentes para automoción y productos médicos.

En este sentido, la feria no solo actúa como escaparate de innovación, sino también como plataforma decisiva para orientar inversiones estratégicas en la industria textil global.

El Foro Imagen de Madridjoya impulsará el debate joyero con un programa de ponencias especializadas de 19 países

Madridjoya volverá a poner a disposición del sector el Foro Imagen; un espacio de debate, ubicado en el pabellón 4 de IFEMA MADRID, que acogerá durante la jornada del viernes 12 de septiembre, un variado programa de ponencias que recorrerá los temas de máxima actualidad para la industria.

De esta forma, el Salón Internacional de Joyería y Relojería Urbanas y de Tendencia, que organiza IFEMA MADRID del 11 al 14 de septiembre, completará su amplia oferta comercial con este entorno divulgativo en el que toman parte activa empresas, asociaciones y otras entidades vinculadas al sector joyero. Asimismo, el Foro Imagen de Madridjoya fomentará la relación entre los diferentes agentes de los sectores de alta joyería, joyería de consumo, platería, relojería e industrias afines.

Un programa que combina sostenibilidad, formación y tecnología

La jornada de ponencias arrancará el viernes 12 de septiembre a las 11:00 horas con la participación de representantes joyeros de la Junta de Andalucía, que protagonizarán la charla ¿Son rentables los certificados de sostenibilidad? Asimismo, también participará este año la Asociación de Joyeros Sostenibles, de la mano de la especialista Paola Duque, a través de la ponencia Sostenibilidad Real o Greenwashing en la joyería (12:30 horas). En este contexto, Técnicas de Grabado hablarán de Pandora: el mayor caso de éxito de la joyería actual en su ponencia que comenzará a las 13:30 horas en el Foro.

Por su parte, AVAJOYA (Asociación del sector de Joyería y Afines de la Comunidad Valenciana) abrirá las ponencias de la tarde (15:30 horas) para abordar el poder de la joyería internacional. Además, a través de 3DESIGN, los profesionales podrán conocer más acerca de la evolución de la educación en el sector a través de la sesión titulada La formación joyera en tiempo real: hacia una educación flexible e interactiva que dará comienzo a las 16:30 horas.

El Foro Imagen cerrará su programa de actividades a las 17:30 horas tratando las soluciones tecnológicas que afectan también al sector con la ponencia Gemología integral: el nuevo asistente de la IA para joyeros y gemólogos de Estimorun Academy.

El Espacio NEO de Intergift anticipará las tendencias para el sector regalo



El Espacio NEO volverá a reunir en el marco de Intergift una oferta de diseños innovadores, originales ideas en artículos de regalo y funcionales elementos para el hogar. El Salón, que organizado por IFEMA MADRID se celebrará los próximos 10 al 13 de septiembre, mostrará una atractiva variedad de propuestas con identidad propia.

Ubicado en el pabellón 7, este espacio contará con la presencia de más de 30 marcas de primera línea, nacionales e internacionales,

con colecciones vanguardistas. De esta forma, el Espacio NEO se afianza como escaparate clave donde conocer las novedades en artículos de regalo, papelería, gadgets y complementos para el hogar, con la creatividad y el diseño como línea argumental.

Marcas de renombre para mostrar las propuestas más innovadoras

Entre algunas de las marcas que ya han confirmado su presencia en este espacio se encuentran reconocidos nombres como Flamingueo, Scandist, Hoptimist, Yoko Design, Gentlemens Hardware, Paddywax, Runbott, Apli, Loqi, Bombata, Chocli, Dink, Metalmorphose, Notabag, Piffany, Kikkerland, Pininfarina, Candlehand, Lexon, Malasaña, Aurea, Tucano, Trika, TY, Fisura, Secrid, Cabin Zero, Wouf, Save my Bag, Pin & Hen, Victorinox, Vacavaliente, 24Bottles, Izipizi, The Catman, Suck UK, Spark, Aurora.

Los nuevos productos de regalos y elementos del hogar están experimentando una evolución impulsada por la tecnología, la sostenibilidad y la estética. Desde artículos inteligentes hasta materiales ecológicos, las tendencias modernas están redefiniendo el estilo contemporáneo. De este modo, los visitantes comprobarán en el Espacio NEO las propuestas más conscientes, en las que destacan materiales como maderas recicladas, bioplásticos, textiles orgánicos y pinturas libres de tóxicos.

Además, esta edición del Salón, celebrado en los pabellones 3, 5 y 7 de IFEMA MADRID, volverá a celebrarse en coincidencia de fechas con Bisutex, MOMAD y Madridjoia.

Bisutex confirma su condición de feria internacional con firmas de cuatro continentes

Bisutex, que se celebrará del 11 al 13 de septiembre en IFEMA MADRID, mostrará un extenso abanico de colecciones en bisutería y complementos con una alta participación internacional. Durante tres días, el pabellón 8 del Recinto Ferial vuelve a presentar cientos de colecciones de 14 países, destacando, además de España, Alemania, Bélgica, Colombia, EE UU, Grecia, India, Italia, Marruecos, Portugal o Puerto Rico, entre otros. Las distintas procedencias de expositores vienen a confirmar las oportunidades comerciales, principalmente entre Europa y América, que se verán favorecidas por este reconocido salón.

Firmas internacionales que apuestan por Bisutex

En este sentido, marcas internacionales de primer nivel han confirmado ya su participación en esta edición de Bisutex. Italia será uno de los países más destacados con firmas como Andrea Marazzini, Il Guscio Cameo, Latitude New, Okkia, Pachita JG, Polina Firenze o Us Polo ASSN. Asimismo, Portugal contará con una destacada participación representada por empresas como Casa Das Missangas, Cx Handmade, Hoiko, Missangas.com, todas con una gran proyección europea.

Por su parte, Alemania estará presente en Bisutex con marcas como Suri Frey. Junto a la oferta, estarán representados otros mercados como Grecia –con firmas como Art Wear Dimitriadis, Kalliope Jewelry for Your Inner Muse, Minimum A & N Tsoukala PC o Nikolis Group–, Bélgica, con Made By Ellen. Colombia participa con



firmas como Enlace Colombia, Monarca Accesorios y Tikuna Jewelry. Estados Unidos contará con la firma Mubri España, y, Puerto Rico, estará presente con Cecille Jewelry.

Bisutex se celebrará nuevamente en coincidencia con MOMAD, Intergift y Madridjoia - esta última hasta el domingo 14 de septiembre- para conformar en IFEMA MADRID una gran convocatoria multisectorial en torno al universo **lifestyle** y **ampliar al máximo el impacto comercial de todas las marcas participantes.**

Advanced Factories ya tiene fechas para 2026: del 5 al 7 de mayo, coincidiendo con su décimo aniversario



Advanced Factories, el evento líder en automatización, robótica y tecnologías 4.0 del sur de Europa, ha anunciado que su décima edición se celebrará del 5 al 7 de mayo de 2026 en Fira de Barcelona, cumpliendo así una década de impulso de las plantas de producción hacia modelos más integrados, eficientes y competitivos. Bajo el lema "Next-Gen of Automation", Advanced Factories convertirá Barcelona en el epicentro de la industria avanzada a nivel comunitario, en un contexto global de transformación geopolítica que exige reforzar la competitividad y la autonomía del continente.

Durante tres días, más de 680 firmas expositoras presentarán sus últimas soluciones tecnológicas en automatización industrial, mantenimiento predictivo, IoT y ciberseguridad, robótica, impresión 3D, inteligencia artificial, cloud industrial, machine learning, software industrial, big data, visión artificial y eficiencia energética, para acercarlas a los más de 33.000 directivos industriales que visitarán la feria. En esta edición, además, se pondrá un foco especial en sectores como la intralógica y los sistemas de integración de la producción que impulsan la digitalización del ámbito manufacturero, aspectos clave para optimizar la eficiencia operativa en compañías de todos los tamaños y sectores.

"La industria europea está llamada a liderar una nueva etapa de autonomía tecnológica y productiva. Para ello, debemos reforzar nuestras capacidades estratégicas, y eso incluye también a las pequeñas y medianas empresas. Advanced Factories no solo es el punto de encuentro de las grandes corporaciones, sino también la plataforma de referencia para que las pymes industriales den el salto hacia la productividad 4.0", afirma Albert Planas, Director General de Advanced Factories.

Un congreso único con más de 200 experiencias industriales

En paralelo, se desarrollará el Industry 4.0 Congress, el mayor foro de Industria 4.0 en Europa, que reunirá a más de 420 expertos internacionales en 5 auditorios simultáneos para compartir más de 200 experiencias industriales, innovaciones tecnológicas y estrategias para impulsar la productividad y competitividad del tejido industrial. El congreso abordará las últimas tendencias y avances para sectores clave como la alimentación, farmacéutica, automoción, ferroviaria, textil, metalúrgica, electrónica, bienes de consumo, así como la aeroespacial y naval.

Además, se organizarán foros especializados por temáticas, entre los que destacan el de Robótica, Inteligencia Artificial, Ciberseguridad, Greentech o 3D Printing. También habrá summits profesionales dirigidos a los diferentes perfiles asistentes, como el CEO Summit, el Plant Manager Summit y el CIO Summit.

Entre los temas más relevantes que se explorarán destaca la convergencia entre los sistemas de información (IT) y los sistemas de producción (OT), un factor fundamental para construir fábricas más eficientes, flexibles y resilientes. Esta integración permite una visión en tiempo real de toda la cadena de valor, facilita la automatización de procesos, mejora la capacidad de respuesta ante incidencias, y optimiza el uso de recursos y energía, posicionándose como una prioridad estratégica para la industria manufacturera actual.

Babykid Spain + FIMI celebra su sexta edición con expectativas de récord y un hito muy especial: las 100 ediciones de FIMI



Babykid Spain + FIMI, el evento internacional de referencia para el universo de la infancia, se prepara para vivir una edición histórica los días 21, 22 y 23 de enero de 2026 en Feria Valencia. La sexta convocatoria de este certamen, coorganizado por Feria Valencia y ASEPRI, llega con grandes expectativas y un acontecimiento destacado: la celebración de las 100 ediciones de FIMI, Feria de la Moda Infantil.

A seis meses de su celebración, el equipo de BKS + FIMI sigue trabajando a buen ritmo, con un gran número de expositores nacionales e internacionales ya confirmados, abarcando todos los sectores: calzado, puericultura, moda infantil y juguetes. Gracias al apoyo de ICEX e IVACE+i, y al trabajo conjunto de Feria Valencia y ASEPRI, la feria se consolida como la cita imprescindible para el sector del universo infantil, con una proyección internacional que atrae a compradores de todo el mundo.

Alicia Gimeno, directora del certamen, destaca que "BKS + FIMI se ha convertido en un escaparate global para la industria, donde marcas y profesionales encuentran oportunidades de negocio en un entorno dinámico e innovador. Por ello, esta edición es muy especial no solo por la celebración de las 100 ediciones de FIMI, sino también por el crecimiento constante que estamos experimentando".

Un año más, BKS + FIMI contará con sus tres emblemáticos personajes: Baby Growy, Lolly Shoes y Coco Kid, expertos en puericultura, calzado y moda infantil, respectivamente, que tendrán un protagonismo especial en la señalética y comunicación de la feria. En esta ocasión, se une GuacaToy, representando al sector del juguete, completando así el universo infantil.

Además, la feria albergará una vez más el FIMI Kids Fashion Week, la pasarela internacional que presenta las últimas tendencias en moda infantil, teen y puericultura de firmas nacionales e internacionales. Este espacio se consolida como un escaparate imprescindible para el sector, combinando innovación y estilo.

Con una amplia participación de empresas y profesionales, BKS + FIMI 2026 se consolida como la plataforma líder para impulsar el negocio en el sector infantil a nivel global.

EXPOPELL

By **EXPOHOGAR**

27-29 Septiembre 2025

FIRA DE BARCELONA

Pabellón 1 · Recinto Montjuïc

www.expopell.com



En coincidencia con:

 **BCNJOYA**
 **EXPODECO**
 **EXPOREGAL**

Organiza:



Celebrado en:



Información:



A+A 2025: La feria internacional que redefine el futuro del trabajo



La feria A+A 2025, el principal evento internacional sobre vestuario y artículos de protección personal, seguridad y salud laboral, se prepara para una edición histórica del 4 al 7 de noviembre en Messe Düsseldorf. Con más de 2.200 expositores y una visión integral de las condiciones laborales del futuro, el evento se consolida como una plataforma global para el debate, la innovación y el networking. Este año destaca especialmente por la presencia de jóvenes emprendedores, el cambio en su dirección ejecutiva y la publicación de un informe clave sobre el futuro del trabajo.

Once startups que transforman la seguridad y salud laboral

Uno de los puntos más esperados de la feria es el stand conjunto BMW YOUNG INNOVATORS, patrocinado por el Ministerio Federal de Economía y Energía de Alemania. Totalmente reservado, contará con once startups alemanas que presentarán sus soluciones disruptivas en ámbitos como la digitalización, la prevención, la inteligencia artificial, la ergonomía y la formación en seguridad.

Desde sistemas de detección de caídas con IA para el sector sanitario (Deep Care) hasta soluciones de gestión de personal en clínicas y residencias (ChronoFair), las propuestas son tan diversas como vanguardistas. Otras iniciativas, como Zebra Factor Academy, combinan educación teatral con inteligencia artificial para generar conciencia sobre la seguridad de forma emocional y duradera.

En el ámbito más técnico, LeiKoSi presentará un sistema patentado de seguridad para escaleras, mientras que DermaPurge mostrará productos dermatológicos para la eliminación de sustancias peligrosas en la piel. En protección

textil, Armadillo Tex fusiona materiales flexibles con funcionalidades adaptativas para sectores de alto riesgo.

La ergonomía y la automatización también ocupan un lugar destacado. Dewboard ha desarrollado un innovador soporte para el trabajo de pie, ideal para profesionales de la salud o la industria. Por su parte, eltracon GmbH y MY Intralogistik ofrecerán sistemas inteligentes para la producción y logística que combinan seguridad con eficiencia energética.

Un nuevo liderazgo y una mirada estratégica hacia Asia

A partir del 1 de diciembre de 2025, Daniel Feische tomará oficialmente el relevo como director de A+A, sucediendo a Lars Wismer, quien asumirá responsabilidades globales como Director Regional de Messe Düsseldorf en Asia, con sede en Singapur. Feische, que forma parte de la organización desde 2017, ha sido clave en el desarrollo estratégico de nuevos productos y en la expansión internacional, destacando por iniciativas como la Circular Valley Convention o la colaboración con ferias en EE.UU.

Con esta decisión, Messe Düsseldorf apuesta por el talento interno y por reforzar la presencia de A+A en mercados emergentes. "La seguridad en el trabajo y la producción de vidrio no son solo temas económicos, sino también de relevancia social", ha declarado Feische.

Nuevo white paper: hacia modelos laborales más humanos y sostenibles

En paralelo, A+A ha publicado un nuevo white paper titulado "New Work - El futuro del trabajo", una guía práctica y reflexiva sobre cómo afrontar con éxito los desafíos actuales: escasez de talento, inteligencia artificial, trabajo híbrido o la presión sobre los líderes. El documento incluye ejemplos reales de empresas como Merck y Deutsche Bahn, opiniones de expertos como el Dr. Stefan Rief (Fraunhofer IAO) y análisis de tendencias como el «gig working», la salud mental, el "workation" o el uso de IA en producción.

Con aportaciones del Foro Económico Mundial y el Zukunftsinstitut, el white paper consolida a A+A como un faro de referencia sobre innovación laboral y bienestar organizacional.

A+A 2025 no es solo una feria; es un laboratorio de ideas, una pasarela tecnológica y un punto de encuentro para quienes construyen el trabajo del mañana. Desde Düsseldorf al mundo, la feria sigue marcando la pauta en la transformación de entornos laborales más seguros, saludables, productivos y sostenibles.

Veinticuatro diseñadoras, diseñadores y marcas participarán en la 36a edición de O80 Barcelona Fashion



Veinticuatro diseñadoras, diseñadores y marcas de moda presentarán sus nuevas colecciones durante la próxima edición de O80 Barcelona Fashion, plataforma de moda que impulsa el Govern, a través del Departamento de Empresa y Trabajo, a través del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda (CCAM).

La edición, que se celebrará del 14 al 17 de octubre en el Recinto Modernista de Sant Pau (Barcelona), incluirá también la cuarta edición de 'O80 Reborn', una iniciativa de O80 Barcelona Fashion que busca promover la sostenibilidad en la industria de la moda mediante la reutilización y el reciclaje de ropa de segunda mano. Con la incorporación de 'O80 Reborn', el calendario llegará a un total de veinticinco desfiles.

El cartel incluye las firmas: Acceptance Letter, Acromatyx, Aleixandri Studio, Benavente, Carlota Barrera, Custo Barcelona, Doblas, Dominnico, EikD Ai, Escorpio, Gau, Guillermina Baeza, Habey Club, Inma Linares, Juan VG, Lemachet, Lola Casademunt Outsiders Division', Reparto, Santamarta, Simorra y Zoe Oms.

Pasarela Hair Look de Salón Look 2025 acogerá los shows de peluquería más espectaculares de España



Salón Look, el Salón Internacional de la Imagen y la Estética Integral organizado por IFEMA Madrid, volverá a convertirse del 17 al 19 de octubre en la mejor plataforma de España y una de las principales de Europa dedicada al sector profesional de la Peluquería con la participación de marcas líderes.

Salón Look 2025 anuncia la celebración de la Pasarela Hair Look en el Pabellón 14.1, el mismo espacio donde se vienen celebrando los desfiles de la Mercedes Benz Fashion Week de Madrid. Entre los eventos programados hasta la fecha, el viernes 17 de octubre se celebrarán los Supernova Artero Awards, concurso entre estudiantes de academias, institutos y centros formativos que competirán en seis categorías con un jurado de excepción. Además, el domingo 19 por la mañana tendrá lugar el 10º aniversario de Effervescene, el espectáculo de peluquería en estado puro creado por Mikel Luzea con la participación de los referentes internacionales Jorge X de Quantum Hair, Carlos Valiente Art Team y Sergi Bancells, y que contará con el patrocinio de Revlon Professional, Salón Look y los International Hairdressing Awards.

Salón Look acoge los AIPP Awards, que por primera vez se celebran en Madrid

El domingo 19 se entregarán también los AIPP Awards, premios de enorme reconocimiento y fuerte presencia en la industria profesional de la peluquería.

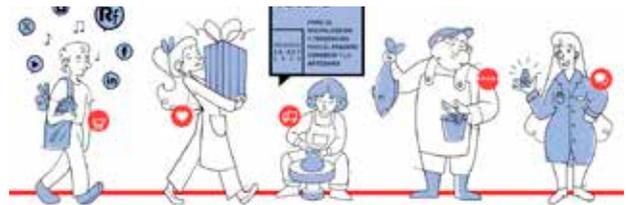
Mike Vincent, presidente de la AIPP, afirma que "estamos muy orgullosos de compartir la noticia de que este año, por primera vez, la ceremonia de entrega AIPP Awards se celebrará en Madrid durante la prestigiosa feria profesional Salón Look en IFEMA MADRID. Estamos deseando celebrar, junto a todos vosotros, lo mejor de la peluquería global".

Julia González, directora de Salón Look, afirma que "uno de los objetivos principales del Salón es ser sede y reflejo de todo lo que pasa en el mundo de la peluquería. Por ello, nos llena de orgullo albergar la entrega de los AIPP Awards que son referencia del sector a nivel internacional. Estamos muy satisfechos de desvelar esta noticia".

El cierre de esta edición de la Pasarela Hair Look volverá a estar a cargo de la gala de entrega de Premios CLUB FIGARO, que este año ha batido récord de participación y que cuentan con el patrocinio de Revlon Professional, así como con la colaboración de Salón Look, Artero y TheHAIRMBA.

Salón Look 2025 se celebrará del 17 al 19 de octubre de 2025 en los pabellones 12, 14 y 14.1 en IFEMA MADRID con una nueva sectorización; programa de distribuidores VIP, y nuevos contenidos que promoverán una edición dinámica e interactiva para el profesional, ofreciendo un escaparate excepcional para hacer negocios, descubrir novedades, formarse de la mano de reputados expertos y posicionarse en el mercado.

València acoge una nueva edición de RETAIL future: el foro de referencia para transformar el pequeño comercio y la artesanía



El evento reunirá a expertos y expertas en innovación comercial, inteligencia artificial, hábitos de consumo, gestión y tendencias, con un objetivo claro: ofrecer conocimientos prácticos y herramientas accesibles para que los pequeños negocios puedan adaptarse al cambio, innovar y fortalecer su competitividad.

En un contexto marcado por la transformación digital, el reto del relevo generacional o la incertidumbre económica, RETAIL future 2025 apuesta por abrir nuevas perspectivas para el sector comercial y artesanal. Entre los contenidos que se abordarán en esta edición destacan cuestiones como los nuevos hábitos de consumo, el impacto de la economía doméstica, el papel de la inteligencia artificial en el retail, los nuevos formatos de negocio o las claves para afrontar situaciones de crisis desde la innovación.

Como en anteriores convocatorias, el programa incluirá también testimonios reales de comerciantes y artesanos que han sabido adaptarse con creatividad y resiliencia a los nuevos tiempos. Especial atención se prestará este año a los negocios afectados por la DANA de octubre de 2024, reconociendo su capacidad de superación como motor de inspiración para el conjunto del sector.

Durante la jornada se entregarán de los reconocimientos e-líderes, con los que se pone en valor a aquellos comercios y negocios artesanos que destacan por su trayectoria, su visión de futuro y su compromiso con la transformación. Con esta nueva edición, ya serán más de 80 las experiencias compartidas desde la primera convocatoria del foro, y pueden consultarse en la sección Experiencias e-líderes de este portal.

La participación en RETAIL future 2025 es gratuita previa inscripción, y el programa completo se dará a conocer en las próximas semanas a través de los canales oficiales. El evento está dirigido a profesionales del pequeño comercio, la artesanía, asociaciones del sector, técnicos de administración local y cualquier persona interesada en el futuro del retail desde una perspectiva cercana, práctica e innovadora.

RETAIL future se ha establecido como un evento anual organizado por la Oficina PATECO - Comercio y Territorio del Consejo de Cámaras Oficiales de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de la Comunitat Valenciana y la Conselleria de Innovación, Industria, Comercio y Turismo de la Generalitat Valenciana.



La mayor plataforma informativa de la MODA en España

Diaría

Website: www.edicionessibila.com

Diaría

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:

