



PRENSAPIEL

REVISTA PROFESIONAL DEL SECTOR DE LA PIEL



NÚMERO 316 · DICIEMBRE 2025 · 18 Euros · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · prensapiel@prensapiel.com · www.prensapiel.com



MOMAD

En coincidencia con:

intergift
bisutex

**Moda, calzado y accesorios
en el corazón de Madrid.**

**El origen de las tendencias.
El impulso de tu negocio.**



05-07 2026
Feb
ifema.es





NUESTRA PORTADA:
GONTER

PRENSAPIEL

Director:

José Antonio Blanco

joseantonio.blanco@edicionessibila.com

Redacción:

José Antonio Blanco - Elena Sisó

Departamento Comercial:

essl@edicionessibila.com

Administración y Suscripciones:

essl@prensapiel.com

Edita:

Edicions Sibila, S.L.

Diputación, 180, 1º C

08011 - Barcelona

Tel. +34 932 265 151

essl@edicionessibila.com

www.edicionessibila.com



PUNTO MODA

tym
textil y moda

D.L. B-14.183-92

ISSN 2564-9000

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

Actualidad

Aumenta un +3,6% la afluencia a los centros comerciales durante el mes de noviembre en España, según Sensormatic Solutions

En el caso de los centros comerciales de Portugal, la afluencia desciende un -0,1%



La afluencia a los centros comerciales españoles aumentó un +3,6% en el mes de noviembre respecto al mismo mes del año 2024, según el índice mensual publicado por Sensormatic Solutions, la marca de Johnson Controls para soluciones retail. De esta manera, el acumulado anual se sitúa en el +2,7%. Si comparamos los últimos 12 meses (diciembre 2024 a noviembre 2025 frente a diciembre 2023 a noviembre 2024), el acumulado se sitúa en el +2,8%.

Por su parte, en el caso de Portugal, la visita de clientes a los centros comerciales lusos descendió un -0,1% respecto a noviembre de 2024, con un acumulado anual que se sitúa en el +0,5%. Si comparamos los últimos 12 meses (diciembre 2024 a noviembre 2025 frente a diciembre 2023 a noviembre 2024), el acumulado se sitúa en el +0,7%.

Según datos del INE, el indicador adelantado del IPC del mes de noviembre es del 3,0%, una décima menos que la registrada en octubre. Ezequiel Durán, General Manager de Traffic Insights Iberia en Sensormatic Solutions, explica que "el aumento de la afluencia podría estar motivado por la bajada de los precios en ocio y cultura cuyas actividades también se concentran en los centros comerciales. Además, la anticipación en las compras navideñas para distribuir el gasto o evitar las aglomeraciones de diciembre podrían explicar este incremento".

* Las cifras expuestas en el Índice Sensormatic de afluencia del mes de noviembre se basan en el calendario 4-4-5. Los datos de noviembre de 2025 incluyen las 4 semanas comprendidas entre el 27-10-2025 y el 23-11-2025 y, por tanto, no incluyen el Black Friday ni el fin de semana del Black Friday.

New Blanco vuelve al mundo del retail abriendo su primera tienda de España en La Torre Outlet Zaragoza

La marca, heredera del espíritu original de Blanco, mantiene su estilo urbano, chic y versátil, con colecciones que abarcan desde looks casual hasta propuestas más sofisticadas para ocasiones especiales.



Ubicada en uno de los centros outlet más importantes del norte de España, New Blanco ofrece un espacio moderno y luminoso dedicado exclusivamente a la moda femenina, donde las visitantes podrán encontrar las últimas tendencias en ropa, calzado y accesorios a precios outlet durante todo el año.

Mango Home refuerza su presencia en el mercado nacional con su llegada a Madrid

Mango Home opera en 34 mercados online, principalmente en Europa y Estados Unidos.



Ubicada en el centro comercial Moraleja Green, el nuevo local cuenta con una superficie de venta de 255 m² y un equipo de más de 10 personas, y está concebido como un auténtico hogar donde los clientes pueden descubrir propuestas para todas las estancias y disfrutar de una experiencia de compra cálida e inspiradora.

Grup Merca Center inaugura Tenth en River Centre Comercial

El Centro amplía así su oferta con la inauguración de este espacio ubicado en la Planta 1ª.



Después de una remodelación del espacio, la tienda cuenta con una superficie de más de 160 m² destinados a ofrecer la marca deportiva Tenth de mujer, hombre e infantil. Sus colecciones cubren un enfoque moderno basado en la atemporalidad con el fin de mostrar su esencia en cualquier momento del tiempo. Chándales, mallas, camisetas, sudaderas, chaquetas, pantalones largos y cortos, zapatos y accesorios conforman sus amplias colecciones, siempre con la mejor relación calidad-precio.

Tenth es una marca nacida en el año 1989 de la mano de Alfonso Tejero. En una época en la que la ropa deportiva de diseño era un producto elitista, tuvo el sueño de crearla y democratizarla, haciéndola accesible a todo el mundo, sin renunciar al diseño. La elegancia natural que transmiten las prendas y la amplia variedad de productos han convertido la marca Tenth en modelo de moda deportiva con un crecimiento exponencial. Actualmente cuenta con 11 tiendas repartidas por todo el territorio español y 2 más en México.

Distribución

Inditex amplía su proyecto for&from para la inclusión de personas con discapacidad con una nueva tienda de Zara Home en Portugal

Desde 2002, el programa ha generado oportunidades de empleo para casi mil personas con discapacidad y más de 9 millones de euros de beneficios para los proyectos de integración de las entidades sociales gestoras.



Inditex refuerza su compromiso con la inclusión social y profesional de personas con discapacidad con una segunda tienda de Zara Home for&from en Portugal. Con ella, el grupo alcanza un total de 17 tiendas de este formato en España, Portugal, Italia y México que, desde 2002, han generado oportunidades

laborales para casi mil personas con diferentes discapacidades y más de 9 millones de euros para proyectos sociales de las diferentes organizaciones gestoras.

El nuevo Zara Home for&from, situado en Vila do Conde -en las proximidades de Oporto- está gestionado por la Asociación VilacomVida, una entidad sin ánimo de lucro que promueve la inclusión y la autonomía de personas con discapacidad intelectual y del desarrollo. El equipo de la nueva tienda está formado por 22 personas, 15 de ellas con algún tipo de discapacidad. La plantilla refleja una amplia diversidad funcional, integrando a personas con discapacidades intelectuales y del desarrollo, deficiencias sensoriales como baja visión o sordera,

discapacidades motrices y problemas de salud mental.

La tienda cuenta con casi 300 m2 y ofrece productos de colecciones anteriores en un entorno cálido, funcional y accesible, fiel a la estética natural y elegante de la marca.

Cristina Álvarez, nueva presidenta de El Corte Inglés

El Consejo de Administración respalda por unanimidad la propuesta de Marta Álvarez para designar a su hermana como nueva presidenta.



El pasado 27 de noviembre y a propuesta de Marta Álvarez, el Consejo de Administración de El Corte Inglés ha aprobado por unanimidad el nombramiento de Cristina Álvarez como presidenta no ejecutiva del Grupo.

El relevo, que tendrá lugar el próximo 15 de enero de 2026, se produce en un marco ordenado, estable y de continuidad.

Durante la sesión del Consejo, Cristina Álvarez ha agradecido el "magnífico trabajo" realizado por su hermana durante los últimos

seis años, y ha asegurado que desempeñará sus funciones "con humildad, defendiendo siempre los intereses de los accionistas, de los empleados y de los clientes de esta gran empresa".

Por su parte, Marta Álvarez, en una carta a los accionistas de la compañía, considera que, tras más de seis años en el cargo de presidenta, y tras la reciente designación de una primera línea ejecutiva, ahora llega el momento de abrir una nueva etapa en la presidencia de la compañía.

COTANCE pide a Bruselas “parar el reloj” para garantizar una regulación forestal europea viable

Las principales organizaciones de los sectores agrícola, forestal e industrial alertan del riesgo de una aplicación precipitada del Reglamento Europeo sobre Deforestación, informan fuentes de la Confederación de Asociaciones Nacionales de Curtidores de la Comunidad Europea (COTANCE).



En un comunicado conjunto, más de veinte organizaciones europeas vinculadas al comercio agrícola, forestal, energético e industrial han hecho un llamamiento urgente a la Comisión Europea para que introduzca un mecanismo de “stop-the-clock” –es decir, una pausa temporal– en la aplicación del nuevo Reglamento de la Unión Europea sobre Deforestación (EUDR, por sus siglas en inglés), informan fuentes de la Confederación de Asociaciones Nacionales de Curtidores de la Comunidad Europea (COTANCE).

Las entidades firmantes advierten que los recientes cambios propuestos por la Comisión, tras el anuncio de un nuevo aplazamiento el pasado 23 de septiembre, prolongan una situación de incertidumbre costosa y establecen plazos irrealistas para su cumplimiento. Según el comunicado, estas modificaciones podrían minar la credibilidad del reglamento y su aplicación práctica, además de colocar a las empresas europeas en una posición insostenible de inseguridad jurídica y operativa.

Plazos inasumibles y sistemas informáticos sin margen de adaptación

El texto denuncia que las enmiendas introducidas son sustanciales y requieren un análisis detallado por parte de los Estados miembros, los responsables políticos y los agentes del sector. Sin embargo, el plazo actual –que finaliza el 30 de diciembre de 2025– se considera imposible de cumplir.

Las empresas, especialmente las de gran tamaño, no disponen del tiempo suficiente para rediseñar sus sistemas informáticos, que han sido programados para interactuar con la plataforma TRACES, el sistema oficial de seguimiento europeo. Por su parte, las pequeñas y microempresas afrontarán una carga administrativa mucho mayor, ya que deberán gestionar un número creciente de referencias dentro de la cadena de suministro.

El comunicado destaca que, incluso si las nuevas normas se aprobaran unos días antes de su entrada en vigor, todas las compañías–grandes, medianas y pequeñas–tendrían dificultades de cumplimiento. Además, la propuesta de escalonar las fechas de aplicación resulta, según los firmantes, inviable en la práctica, ya que las grandes empresas dependen de proveedores de menor tamaño, y esa interdependencia obliga a todos los actores a cumplir desde el mismo momento.

“Queremos una norma clara, viable y fiel a su objetivo ambiental”

Las organizaciones denuncian una falta de claridad y de seguridad jurídica, que contraviene los principios fundamentales

del derecho comunitario y pone en riesgo la competitividad y la inversión en sectores esenciales. Por ello, reclaman a la Comisión Europea que detenga temporalmente el proceso y realice una evaluación exhaustiva del impacto real del Reglamento antes de su entrada en vigor.

El objetivo de esta pausa no sería frenar la ambición climática, sino asegurar que la regulación sea verdaderamente aplicable y que las empresas cuenten con tiempo y orientación suficientes para cumplirla. Los firmantes insisten en que apoyan plenamente la lucha contra la deforestación, pero que esta debe realizarse mediante mecanismos prácticos, coherentes y sostenibles.

El comunicado concluye reafirmando la necesidad de combinar protección ambiental y viabilidad económica, pilares complementarios de la política verde europea.

Firmantes del comunicado

Entre los más de veinte organismos que apoyan la declaración se encuentran:

APAG - Oleochemicals Europe

Bioenergy Europe

CEI-Bois - European Confederation of Woodworking Industries

CELCAA - European Liaison Committee for Agricultural and Agri-food trade

CEPF - Confederation of European Forest Owners

CEPI - European Confederation of the Pulp & Paper Industry

CESIO - European Committee of Organic Surfactants and their Intermediates

COCERAL - European association of trade in cereals, oilseeds, rice, pulses, olive oil, oils and fats, animal feed and agro-supply

COPA-COGECA - European Farmers and Agri-Cooperatives

COTANCE - Confederation of National Associations of Tanners and Dressers of the European Community

ECMA - European Carton Makers Association

EDANA - Association of the nonwovens and related industries

EFIC - European Furniture Industries Confederation

ELO - European Landowners' Organization

EOS - European Organisation of the Sawmill Industry

EPF - European Panel Federation

EPLF - European Producers of Laminate Flooring Association

ETTF - European Timber Trade Federation

FEP - Federation of European Publishers

FECOF - Federation Europeenne des Communes Forestieres

FEDIOL - The EU Vegetable Oil and Proteinmeal Industry

FEFAC - European Feed Manufacturers' Federation

FEFPEB - European Federation of Wooden Pallet and Packaging Manufacturers

FEP - European Parquet Federation

INTERGRAF - European Trade association of the graphic industry

UECBV - The European Livestock and Meat Trades Union

Estas organizaciones representan un amplio espectro de sectores interconectados, desde la agricultura y la energía hasta la industria forestal, maderera, papelera y alimentaria, lo que demuestra la magnitud y el alcance del desafío que plantea la aplicación del EUDR.

Peletería

COTANCE confirma que el proyecto MetaSkills4TCLF pone en marcha su primer taller para formadores en Pirmasens

Hacia una nueva era formativa: digitalización, economía circular y habilidades para el sector TCLF.

El proyecto MetaSkills4TCLF, una ambiciosa iniciativa Erasmus+ para impulsar las competencias digitales y circulares en los sectores del textil, la confección, el cuero y el calzado (TCLF), ha iniciado su ronda de talleres formativos con un evento de tres días celebrado en Pirmasens (Alemania), informan desde COTANCE. Organizado por el instituto de investigación PFI, este primer "Train the Trainers Workshop" reunió a 27 participantes de 14 entidades socias procedentes de ocho países europeos, con el objetivo de capacitar a los educadores que pilotarán las nuevas herramientas de aprendizaje co-desarrolladas por el consorcio.

Durante las jornadas, los formadores recibieron una visión global del proyecto: se presentaron las 36 microcredenciales que se están desarrollando, así como las plataformas y herramientas digitales que los acompañarán, incluyendo e-learning, realidad virtual (VR) y realidad aumentada (AR). Este planteamiento busca reforzar la enseñanza en áreas emergentes como la sostenibilidad, la innovación digital y la economía circular, adaptándose a las necesidades actuales del TCLF europeo.

El taller se convirtió en un espacio vibrante de colaboración y creatividad: los asistentes compartieron sus ideas, aprendieron unos de otros y comenzaron a diseñar las primeras propuestas para la implementación práctica de las microcredenciales.

Aunque no fue posible abordar todos los temas en profundidad durante los tres días, el taller sembró una base sólida para la colaboración continua entre los socios del proyecto: se establecieron los cimientos para futuros ajustes y mejoras de las herramientas formativas.

El próximo taller está programado para enero, en Igualada (España), y tendrá como objetivo profundizar en el uso práctico de la plataforma e-learning y otros contenidos elaborados.



La Asociación de Empresas Cincuentenarias y de Prestigio de la Comunidad de Madrid (ASECIPMAD) con la Sociedad Europea Cultural, Social y Empresarial (SECSE)

ASECIPMAD es el foro empresarial multisectorial de Madrid compuesto por las empresas de más prestigio y tradición con sede social en la Comunidad de Madrid.

Una representación de la Asociación de Empresas Cincuentenarias y de Prestigio de la Comunidad de Madrid encabezada por el presidente Don Luis Guichot y los ejecutivos de ASECIPMAD Don Álvaro Cuesta y Don Gonzalo Iglesias asistieron a la gala de la Sociedad Europea Cultural, Social y Empresarial (SECSE) que se celebró el día 7 de noviembre de 2025 en la sede de Ilustre Colegio Oficial de Aparejadores, Arquitectos Técnicos e Ingenieros de Edificación de Madrid.

El ameno acto, con motivo de la celebración de la V Edición de los Premios Dr. Fleming, seguido de coctel, contó con la presencia de destacadas personalidades relevantes que fue presentado por el periodista Jesús Álvarez.



Piquadro y Ducati aceleran juntos hacia la ciudad: una línea de mochilas, maletas y accesorios para 'riders' urbanos

Diseñada para quienes viven la ciudad con la misma determinación que afrontan una curva, la colección combina estilo, ingeniería y espíritu racing.

La firma italiana de equipaje y accesorios de piel Piquadro se une a la legendaria marca de motos Ducati para presentar una colección cápsula de mochilas, maletas y accesorios que reinterpretan el dinamismo urbano con la precisión de la pista. Esta alianza no sólo une dos nombres icónicos del diseño y el motor, sino que fusiona dos mundos que comparten un mismo ADN: velocidad, funcionalidad y estilo.

Cada pieza de esta línea ha sido concebida como una herramienta para el día a día, tan técnica y robusta como elegante. Las mochilas cuentan con sistemas de organización interna inteligentes, compartimentos rápidos de acceso, e interiores pensados para proteger tablets, portátiles y demás dispositivos, sin renunciar al carácter deportivo que distingue a Ducati. Las maletas, igualmente, combinan materiales resistentes con acabados refinados, capaces de soportar el uso urbano intensivo sin perder la estética minimalista de Piquadro.

Con esta colaboración, Piquadro y Ducati demuestran que la ciudad también puede abordarse con la adrenalina de la pista y la precisión de un cronometrista: equipaje que no solo acompaña, sino que impulsa, protege y define.



Longchamp verano 2026: Catch the Parisian Wave

A medida que la primavera da paso al verano, la parisina deja atrás las calles de la ciudad para seguir la llamada del mar y su sensación de libertad. El surf es mucho más que un deporte - es un estilo de vida, toda una cultura moldeada por la fresca formada por las olas y la deslumbrante luz del sol.

La iconografía de la colección Verano 2026 se sumerge en un océano de referencias a la cultura del surf: el caballo de Longchamp se transforma en un caballo desbocado y cabalga las olas de la moda sobre una cresta de estilo pop con el lema Catch the Parisian Wave. Las piezas clave de la temporada son una chaqueta vaquera descolorida bordada con olas, un vestido estampado con tablas de surf superpuestas y una sobrecamisa que se lleva con pantalones bombachos. El tweed, el punto y el algodón se presentan en tonos degradados del arcoíris, colores del atardecer o madrás multicolor, creando un caleidoscopio vibrante y gráfico en el prêt-à-porter.



Marroquinería y Complementos

Gonter, la nueva firma de bolsos artesanales que reivindica el made in Spain y la atemporalidad

Diseño que se lleva en la mano. La singularidad de las asas GONTER, carácter, estilo y diferenciación en cada pieza.



GONTER no es solo una marca de bolsos, es una declaración de estilo, artesanía y atemporalidad. Piezas creadas una a una, con calma, con intención y con la convicción de ser creadas para perdurar. Detrás de la firma está la diseñadora Cristina González (Xaló, Alicante, 24 años), formada en Diseño de Moda y decidida a reivindicar la artesanía española contemporánea como símbolo de calidad, creatividad y elegancia atemporal.

Con Varea cada bolso se convierte en una segunda piel y un fragmento de la identidad

Elegancia, atemporalidad y artesanía se unen en los bolsos más especiales de Varea, que nos acompañarán esta temporada.

Para la firma, los accesorios se conciben como compañeros de movimientos, piezas que se adaptan a la forma de vivir que quiere tener la mujer que los lleva, a sus gestos y a su ritmo. En ellos, el diseño y la artesanía se unen para crear objetos íntimos y atemporales, hechos para durar y para transformarse con el tiempo, como una piel viva que se amolda, respira y guarda memoria.

Cada bolso de Varea es una declaración silenciosa de identidad, una forma de habitar la belleza sin artificio y con una intención muy clara: la de acompañar cada look sin imponerse, fluyendo y adaptándose al cuerpo y la rutina, transformando la funcionalidad en estética.

En la marca, los diseños combinan estructura y ligereza, técnica y emoción, tradición y una mirada contemporánea para reflejar la esencia de la marca: crear con calma desde la autenticidad, logrando el equilibrio entre lo que se ve y lo que se siente. Algo que vemos en algunos de sus bolsos más emblemáticos, en los que cada mujer encontrará su mejor aliado.



TOUS lanza Celebrate Joy: una invitación global a celebrar juntos

Amaia, Ángela Molina, Agustín Della Corte, Lux Pascal, Cecilia Suárez, Macarena Achaga y Robin Shrestha protagonizan la gran fiesta de la marca joyera.



TOUS es una fiesta, y todo el mundo está invitado. En el año del 40º aniversario de su icónico Oso, la firma joyera lanza Celebrate Joy. Everyone's Invited, una campaña global concebida como una gran fiesta donde todos los estilos se encuentran y todas las personas tienen un lugar. Una celebración de la diversidad, la autenticidad y la creatividad que nos unen como familia global.

Siete artistas y creadores dan vida a esta gran comunidad TOUS: Amaia, Ángela Molina, Agustín Della Corte, Lux Pascal, Cecilia Suárez, Macarena Achaga y el modelo Robin Shrestha. Un elenco de excepción reunido en un spot bajo la dirección de Gorka Postigo, con fotografía de Felicity Ingram y dirección creativa de Alicia Padrón.

"En TOUS creemos en la joyería como un lenguaje universal que conecta a las personas y reafirma su singularidad. Con Celebrate Joy. Everyone's Invited, queremos invitar a todo el mundo a sumarse a esta celebración y rendir tributo a nuestra amplia y diversa comunidad", destaca Anna Sió, Directora de Marketing y Comunicación de TOUS.

Ante una gran mesa compartida, los artistas entonan C'est la Vie, de Amaia, y celebran el 40º aniversario de un icono compartido, el Oso, luciendo las últimas creaciones de la firma joyera.

Corte Glass Studio: las joyas artesanales de vidrio de Murano

Elaboradas mediante la antigua técnica de trabajo en caliente utilizada por los maestros vidrieros de Murano, las joyas de Corte Glass están pensadas para quienes desean destacar con piezas "a medida" lúdicas y refinadas.



Corte Glass Studio crea joyas artesanales de vidrio de Murano: cada pieza es única. Aquí mostramos una selección de algunos collares de la colección, que también incluye anillos y pendientes.

Elaboradas mediante la antigua técnica de trabajo en caliente utilizada por los maestros vidrieros de Murano, las joyas de Corte Glass están pensadas para quienes desean destacar con piezas "a medida" lúdicas y refinadas. Cada creación cuenta la historia de un material atemporal, una artesanía excepcional y un toque artístico, transformándose en auténticas obras de arte para llevar puestas.

La magia de las joyas de Corte Glass Studio reside en su transparencia, sus matices cromáticos y sus formas esenciales y sinuosas, logrando un equilibrio perfecto entre arte y diseño. La calidad artesanal del "hecho a mano" se enriquece con audaces toques de glamour y exotismo, que se funden armoniosamente con líneas limpias y minimalistas que complementan cualquier atuendo.

Todas las piezas están realizadas en vidrio templado.

bisutex

En coincidencia con:

intergift

MOMAD



**Moda, estilo y diseño
en cada pieza.**

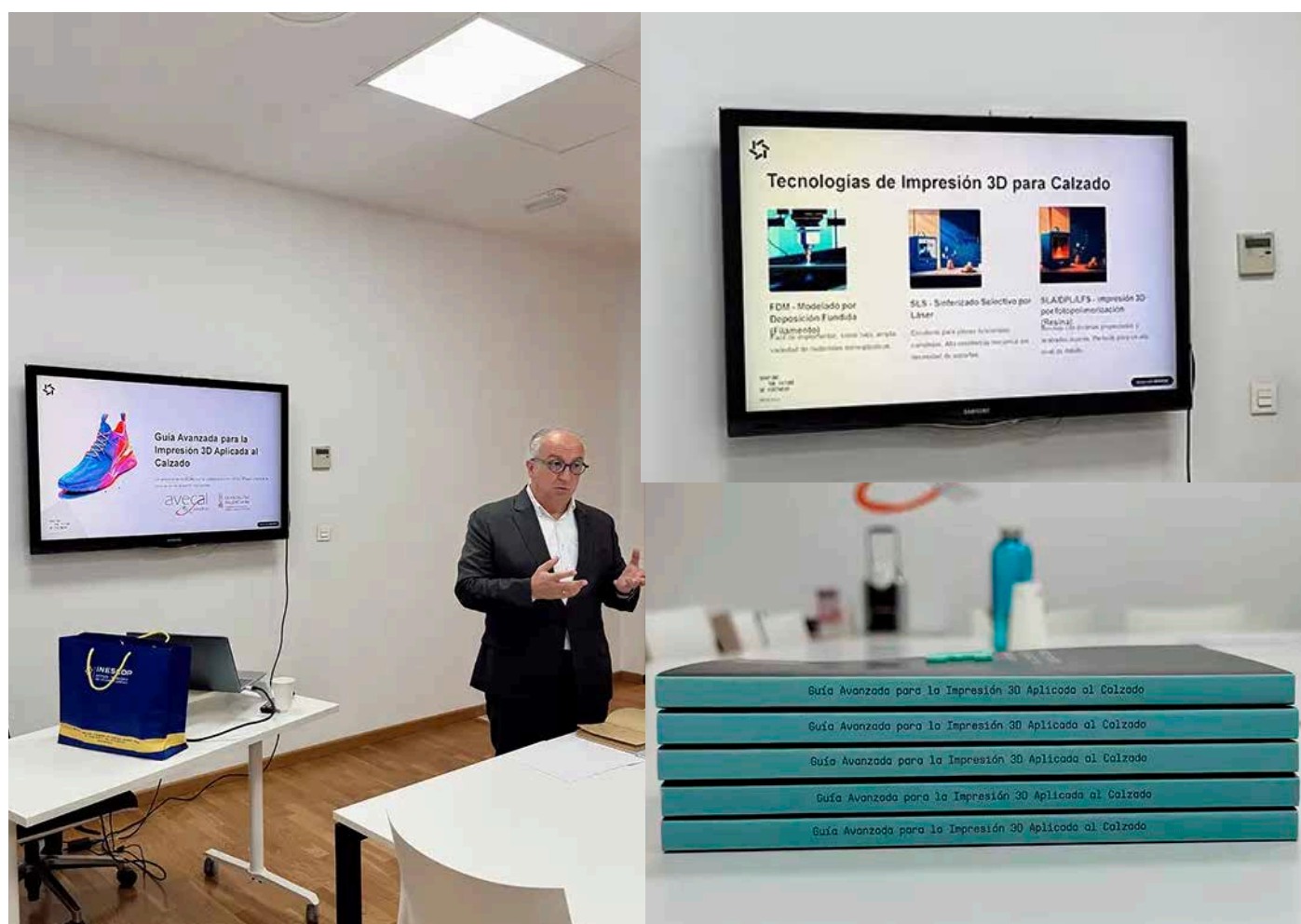
El salón profesional de la bisutería
y los complementos que impulsa
el sector a nivel global.

05-07 2026
Feb
ifema.es



AVECAL presenta, junto a INESCOP, la Guía Avanzada para la Impresión 3D Aplicada al Calzado

La Asociación Valenciana de Empresarios del Calzado ha presentado ayer en su sede la Guía Avanzada para la Impresión 3D Aplicada al Calzado, desarrollado junto a INESCOP y apoyado por la Dirección General de Industria de la Generalitat Valenciana, una guía que se convierte desde hoy en una herramienta estratégica para acelerar la transformación digital del sector y facilitar la adopción industrial de la fabricación aditiva.



El acto reunió a profesionales y empresas del ecosistema del calzado. Durante la presentación se expusieron las oportunidades de la impresión 3D para mejorar la competitividad del sector: reducción de tiempos de desarrollo, personalización accesible, validación técnica más rápida, optimización de inventarios y nuevos modelos productivos más sostenibles.

Con 108 páginas estructuradas en 10 capítulos especializados, la guía ofrece un análisis exhaustivo de los distintos sistemas de fabricación aditiva, criterios técnicos de diseño de calzado, selección de materiales, metodologías de trabajo,

limitaciones actuales y una visión completa de las tendencias que marcarán el futuro del sector, desde la fabricación bajo demanda hasta la integración de procesos digitales avanzados.

Durante el acto, Vicente Pastor, presidente de AVECAL, subrayó la relevancia del proyecto para la industria: «El calzado vive una transformación sin precedentes. Si queremos competir, debemos mirar hacia delante y dominar herramientas como la impresión 3D. Esta guía nace para llegar a todas partes y servir como punto de partida, formación e inspiración para nuestras empresas».

Pastor remarcó además el enfoque

práctico del documento, basado en revisión científica, análisis comparativo de tecnologías, desarrollo de prototipos y validación con empresas reales, destacando que «la fabricación aditiva no sustituye al saber hacer tradicional: lo potencia y lo amplifica».

Un recurso para entender, decidir e implementar

La guía deja un mensaje inequívoco: la fabricación aditiva ya no es una promesa, es una herramienta real para optimizar procesos, acelerar prototipos y abrir nuevas posibilidades de diseño y producción.

Calzado

Las zapatillas Slim de Skechers ya son la obsesión del street style

Las zapatillas slim, con su suela fina y su horma estrecha, son especialistas en mantener un equilibrio entre elegancia y deportividad.



Y es esta combinación perfecta entre estilo y funcionalidad la que ha conseguido convertirlas en una de las tendencias más potentes del street style, a costa de los modelos chunky que han dominado el panorama en los últimos años. De este modo, la búsqueda de lo ligero, lo sencillo y lo atemporal, alejándose del maximalismo para apostar por la comodidad con un toque elegante, ha llevado a los modelos Hotshot de la línea Court & Classics de Skechers a convertirse en la revelación de la temporada y en referencia de la moda urbana para mujeres y hombres de todas las edades.

Zora Ballet: la bailarina de UGG que triunfa en el street style

Esta temporada, UGG® reinventa las bailarinas y da paso a un nuevo icono.



Las Zora Ballet reúnen todo lo que encanta de las bailarinas y lo reinterpretan al estilo UGG®: empeine de ante, plantilla afelpada de piel de oveja y cordero, y una suela ligera de EVA a base de caña de azúcar, hacen de este modelo un must have esta temporada.

Con Hispanitas, de lo simple a lo sublime: cómo los zapatos de punta elevan tu estilo

Del refinamiento cortesano a la pasarela urbana, la puntera vuelve a dictar estilo y firma los looks más elegantes de la temporada.



Se trata de modelos muy versátiles, que se ajustan bien a cualquier ocasión o look y que favorecen siempre, porque gracias a su puntera afilada, crean una sensación visual que estiliza cualquier cuerpo. Además, tienen un diseño elegante que aporta un toque de personalidad a nuestros estilismos. Eso es algo que saben bien en Hispanitas, donde nos presentan las propuestas con puntera en punta más elegantes de la temporada.

Esta temporada, súmate a la tendencia de los zapatos en punta con los modelos de piel más cómodos, versátiles y elegantes de Hispanitas, que te ayudarán a elevar (literalmente) cualquier look

Intergift convoca la segunda edición del Concurso de Proyectos de Interiorismo

El plazo de presentación de solicitudes de participación finaliza el próximo 15 enero de 2026.



Intergift, la Feria Internacional del Regalo y la Decoración, abre una nueva convocatoria del concurso Proyectos de Interiorismo Intergift. Tras su gran acogida en febrero de 2025, cuando se celebró la primera edición, la iniciativa regresa para destacar el trabajo de profesionales del diseño de interiores y poner en valor su innovación en tres categorías: Residencial, Contract y Comercios. El plazo de presentación de solicitudes finaliza el 15 de enero de 2026.

Los ganadores del concurso se anunciarán el día 4 de febrero de 2026 tras la valoración de un jurado compuesto por profesionales del sector que elegirán a los tres mejores proyectos de interiorismo y diseño de interiores ejecutados en los últimos tres años. Los criterios que valorarán serán la propuesta conceptual del proyecto, el grado de innovación, el valor estético, la accesibilidad para personas con discapacidad y

aspectos medioambientales en la selección de productos.

Los premiados tendrán la oportunidad de presentar sus proyectos en el Speaker's Corner de Intergift, que se celebrará del 4 al 7 de febrero de 2026 en IFEMA MADRID, un espacio concebido para potenciar la visibilidad profesional y el intercambio de ideas dentro de la comunidad del diseño. Además, las propuestas ganadoras tendrán una presencia destacada en los canales de comunicación de la Feria.

Esta convocatoria se enmarca en la nueva etapa de Intergift, con una única edición anual, que presentará un formato renovado para confirmar que es la cita profesional clave de los sectores del interiorismo, el regalo y la decoración.

Bases del concurso:

<https://www.ifema.es/intergift/doc/bases-participacion/bases-legales-concurso-interiorismo-2026.pdf>

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid presenta su estrategia para la próxima edición AW26/27 al talento nacional

La pasarela evoluciona para adaptarse a las necesidades de la industria y reforzar su posicionamiento como plataforma estratégica de la moda española y europea.



Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, la gran pasarela de moda española organizada por IFEMA MADRID con el apoyo del Ayuntamiento de Madrid, incorpora a NARS como nuevo patrocinador principal. Una colaboración estratégica que inaugura una nueva etapa con el objetivo de elevar e impulsar la creatividad y posicionamiento del maquillaje profesional en la gran plataforma del diseño español.

MBFWMadrid ha celebrado un encuentro clave con diseñadores y representantes del mundo de la moda en el que se han dado a conocer las líneas estratégicas y las principales novedades de la próxima edición Autumn/Winter 26/27, que se celebrará del 18 al 21 de marzo de 2026. El acto, celebrado en Forbes House, ha contado con más de 70 profesionales, tanto de manera presencial como digital, demostrando el interés creciente por la evolución de la gran plataforma de la moda española. El acto contó con la apertura de Arancha Priede, Directora General de Negocio Ferial y Congresos de IFEMA MADRID, así como con la presentación por parte del director de MBFWMadrid, Asier Labarga y la directora creativa, Valentina Suárez-Zuloaga, y fue clausurado por Olga Ruiz Castillo, Directora General de Comercio y Hostelería del Ayuntamiento de Madrid.

messe frankfurt



texworld
apparelsourcing
PARIS

02 – 04.02.2026
PARIS LE BOURGET,
FRANCIA

Tejiendo el Futuro

Suministro | Business | Soluciones

texworld-paris.com

Texworld Apparel Sourcing Paris 2026: el gran punto de encuentro mundial para la industria textil

Un evento estratégico que convertirá París en el epicentro del sourcing internacional. Innovación, sostenibilidad y nuevos recorridos sectoriales para una experiencia profesional renovada.



París se prepara para recibir, del 2 al 4 de febrero de 2026, una nueva edición de Texworld Apparel Sourcing Paris, la feria que reunirá a los principales actores del sector textil y de la confección en el recinto ferial Paris-Le Bourget. Durante tres días, compradores, diseñadores, fabricantes y profesionales de todo el mundo podrán descubrir, comparar y seleccionar propuestas de 1.300 proveedores que marcarán las tendencias del prêt-à-porter, el lujo y las colecciones del futuro.

Un termómetro mundial para la moda y el textil

Esta será la 58.^a edición de un evento considerado un verdadero barómetro de la industria textil internacional. Más de un millar de expositores –entre fabricantes de tejidos y productores de artículos acabados– acudirán desde una treintena de países líderes en la producción textil. Esta diversidad confirma el peso decisivo del mercado europeo en la demanda global y reafirma el papel de París como capital de la moda, del abastecimiento profesional y de la creatividad.

La elaboración de las colecciones Primavera-Verano 2027 será uno de los temas centrales. Los directores artísticos del evento, Louis Gérin y Gregory Lamaud, presentarán las principales líneas creativas, mientras que la sostenibilidad y la trazabilidad de la cadena de suministro ocuparán un lugar destacado. Estos temas se desarrollarán mediante itinerarios especializados, conferencias y herramientas de la plataforma Texpertise Econogy, diseñadas por Messe Frankfurt para identificar innovaciones y socios industriales comprometidos con una producción más responsable.

El Econogy HUB, situado entre los pabellones 2 y 3, se dedicará a las iniciativas sostenibles de los socios del salón.

Un nuevo diseño sectorial para optimizar la experiencia del visitante

Aunque la feria mantendrá su distribución general en los pabellones 2, 3 y 4, Messe Frankfurt France ha rediseñado la organización interna de los sectores con el fin de facilitar un recorrido más fluido y coherente.

Hall 3: acogerá el área All About Her –especializada en moda femenina– junto con la oferta de punto de Texworld y los pabellones nacionales.

Hall 4: integrará el sector Activewear junto con las áreas dedicadas a ropa casual y deportiva. Las secciones Print y

Jacquard se acercarán a Silky Aspects, reforzando así la oferta de prêt-à-porter femenino.

Hall 2: seguirá siendo el espacio para los foros de tendencias, mesas redondas y servicios de restauración y networking, además de zonas de descanso diseñadas para una visita más cómoda.

Este nuevo trazado conecta los distintos universos de productos según sus usos y características, reforzando la sinergia entre Texworld y Apparel Sourcing. De este modo, los compradores podrán desplazarse con naturalidad entre materias primas, accesorios y productos acabados, experimentando un sourcing más intuitivo y eficaz.

Espacios dedicados al saber hacer y a la inspiración

La feria conservará varias áreas que ya fueron muy valoradas por los visitantes en ediciones anteriores:

Initiatives: situada en la entrada, destacará proyectos colectivos y artesanales provenientes de industrias o países concretos, mostrando identidades textiles y el talento de escuelas de formación europeas y francesas.

Ready to Sell, en el Hall 2: presentará una selección precisa de productos acabados escogidos por los directores artísticos del salón. Este espacio permitirá a los compradores identificar rápidamente propuestas listas para integrar en colecciones alineadas con las tendencias creativas de la próxima temporada.

En conjunto, la feria se reafirma como una plataforma de servicios tanto práctica como orientada al futuro.

Un ecosistema ferial coordinado para mayor comodidad

Texworld y Apparel Sourcing forman parte del cluster de ferias profesionales organizadas por Messe Frankfurt France, junto con Avantex y Leatherworld –estas dos últimas celebradas una vez al año en la sesión de septiembre–. Todas comparten mismo recinto, mismas fechas y entrada gratuita para profesionales acreditados, facilitando al visitante un acceso integral a la oferta internacional del sector.

La organización recuerda, además, que Messe Frankfurt France es miembro de Paris Capitale de la Création, una red de eventos destacados en moda, diseño, arte e industrias creativas que contribuye a consolidar París como destino imprescindible para los profesionales del sector.

MIPEL 129 vuelve a Milán: la marroquinería europea se cita en febrero de 2026

Fieramilano-Rho acogerá del 22-24 de febrero de 2026 las colecciones FW 2026/27.



La organización de MIPEL ha confirmado que la edición 129 de la histórica feria de marroquinería se celebrará del 22 al 24 de febrero de 2026 en el centro de exposiciones Fieramilano-Rho.

Este encuentro profesional, orientado a compradores y operadores del sector, mostrará las colecciones FW 2026/27 y recupera el calendario tradicional de la feria tras las adaptaciones de años recientes. La cita volverá a servir como escaparate para bolsos, artículos de viaje y pequeños artículos de piel, además de un espacio para la innovación en materiales y procesos sostenibles.

Organizadores y expositores esperan una fuerte participación internacional: MIPEL continúa programándose de forma paralela con otros grandes eventos del sistema moda en Milán para favorecer sinergias entre calzado, marroquinería y accesorios. Entre las propuestas previstas figuran áreas dedicadas a marcas emergentes, presentaciones comerciales y espacios temáticos sobre sostenibilidad.

Milano Unica celebra su 42ª edición con un recorrido expositivo que fusiona tradición, innovación y sostenibilidad

La feria Milano Unica, una de las citas más influyentes del sector textil y de los accesorios de alta gama, presenta su 42ª edición, del 20 al 22 de enero de 2026, con un formato renovado que combina identidad histórica, creatividad contemporánea y una apuesta decidida por la sostenibilidad. Según el comunicado oficial de la organización, la edición conducirá a los visitantes por un recorrido que integra los salones principales –Moda In, Ideabiella y Shirt Avenue– junto con observatorios internacionales y diversas áreas especiales pensadas para impulsar la innovación dentro de la cadena de valor textil.



Micam 101: Milán se prepara para dar un nuevo paso en el calzado internacional

Innovación, sostenibilidad y negocio marcan el pulso de la feria.



La esperada edición 101 de MICAM Milano ya tiene fecha: se celebrará del 22 al 24 de febrero de 2026 en el recinto de Fiera Milano-Rho. Los pabellones abrirán sus puertas al público profesional de 9:30 a 18:30 cada día.

Este encuentro, uno de los más relevantes del sector calzado, retomará su formato semestral habitual tras conmemorar recientemente su edición número 100. La feria promete revalidar y consolidar su posición como plataforma estratégica para diseñadores, fabricantes y compradores que buscan presentar y descubrir las tendencias de otoño-invierno 2026/27 de la industria del calzado.

Micam 101 no solo será un escaparate comercial: sus organizadores planean reforzar contenidos dedicados a la sostenibilidad, la trazabilidad de los materiales y la digitalización. En ediciones anteriores, estos temas han ganado peso a través de espacios temáticos, conferencias y zonas de encuentro entre startups, artesanos y grandes marcas.

También se espera una fuerte presencia internacional: tras el éxito del centenario –donde participaron más de 1.000 marcas de todo el mundo–, la feria apunta a consolidar su alcance global y su papel como motor de negocio para el calzado europeo.

En definitiva, Micam 101 será una cita imprescindible para anticipar las nuevas líneas estéticas, técnicas y empresariales que marcarán el sector del calzado en los próximos años.



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:

