

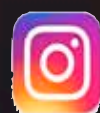
PUNTO

MODA

NÚMERO 373 · Diputación, 180, 1º C · 08011 BARCELONA · Tel. +34 932 265 151 · essl@edicionessibila.com · www.edicionessibila.com

**L'illa Diagonal
celebra la incorporación
de Mango Home**

**Hunkemöller eleva
los básicos con sus
tops súper suaves con
cashmere, perfectos
para cualquier look**



ENCUENTRANOS EN

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:
ellesse

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

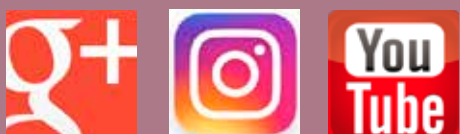
ISSN 2564-8993

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

PRENSAPIEL

PUNTO MODA

tym
textil y moda



El textil circular cobra protagonismo en Mataró en una jornada que desafía a empresas y ciudadanía



El evento, celebrado en el marco del proyecto europeo Interreg TEXAD, situó a la capital del Maresme como punto de encuentro para el debate y la inspiración en torno a un sector en plena transformación, informan fuentes del Clúster Catalán de la Moda (Modacc).

El proyecto TEXAD tiene como objetivo impulsar nuevas políticas municipales que favorezcan la circularidad del textil y las alineen con la normativa europea. Forman parte de él ciudades y entidades de referencia como Borås, Prato, Enschede, Stara Zagora, Santo Tirso, Mataró, el Clúster Catalán de la Moda y el Textil (MODACC) y la Agencia Regional de Desarrollo de Rzeszow. Todos comparten una misma visión: lograr que la transición hacia la circularidad sea una realidad tanto para las empresas como para los consumidores.

La jornada comenzó con un conjunto de ponencias a cargo de expertos que analizaron los aspectos psicológicos y sociológicos del consumo textil y las dinámicas de mercado en las que operan las empresas. Estas sesiones establecieron el marco teórico y generaron un espacio de diálogo abierto, donde tanto empresarios como ciudadanos pudieron compartir inquietudes y preguntas.

En la segunda parte del encuentro, se presentaron iniciativas prácticas para fomentar la sensibilización del consumidor. El Área de Innovación Transformadora del Departamento de Economía y Finanzas de la Generalitat de Cataluña condujo una actividad de ciencia ciudadana basada en la gamificación del consumo textil. La Agencia de Residuos de Cataluña dio a conocer campañas de sensibilización para promover un consumo más responsable. La ciudad sueca de Borås presentó el Movimiento Textil, y la ciudad de Enschede compartió su estrategia de comunicación orientada al cambio de hábitos.

El programa también reservó un espacio destacado para la conciencia empresarial. Una mesa de debate con empresas como Lerolero, Re-Viste, Munich, Two Thirds y Míriam Ponsa permitió exponer buenas prácticas y

reflexiones sobre cómo incorporar la circularidad en el corazón de los modelos de negocio. A continuación, representantes del tercer sector compartieron su experiencia en un segundo debate centrado en la inclusión social y la sostenibilidad como ejes de transformación.

Con esta jornada, Mataró reafirma su papel como ciudad comprometida con la innovación y el progreso sostenible. Su apuesta por el textil circular la consolida como un referente europeo en la transición hacia un nuevo modelo de producción y consumo, más responsable, más eficiente y más consciente con el planeta.

McArthurGlen suma Blue Banana, Aristocrazy, Beatriz Furest, Villeroy & Boch y New Era a su oferta comercial



McArthurGlen Designer Outlet Málaga cerrará el año con cinco nuevas marcas, que vendrán a sumarse a su completa oferta comercial y de ocio. Con las inminentes llegadas de Blue Banana, Aristocrazy y Beatriz Furest, y recientemente Villeroy & Boch y New Era, McArthurGlen Málaga llenará de nuevo los 92 establecimientos repartidos en sus más de 17.000 metros cuadrados al aire libre. Además, con estas últimas aperturas, Aristocrazy y Villeroy & Boch desembarcan por primera vez con tienda propia en Málaga capital.

L'illa Diagonal celebra la incorporación de Mango Home



Mango Home elige L'illa Diagonal para inaugurar su primera tienda en un centro comercial a nivel mundial. Por un lado, la línea de hogar de Mango consolida su presencia en el sector del hogar con la apertura de su segunda tienda monográfica en Barcelona, la tercera de la marca a nivel mundial. Situada en la planta 0 del centro comercial L'illa Diagonal, junto a Sfera, esta nueva tienda de 240 m2 recrea un hogar donde los clientes pueden explorar ideas para cada estancia y vivir una experiencia de compra única.

Cortefiel continúa celebrando su 80 aniversario con el sorteo "El armario para toda la vida"



Cortefiel continúa la conmemoración de su 80 aniversario con el lanzamiento del sorteo "El armario para toda la vida", una iniciativa que pone en valor la moda consciente y responsable y que pretende premiar la fidelidad de sus miembros del club.

El proyecto nace tras una encuesta realizada entre más de 7.000 socios del Club Cortefiel, que reveló una clara preferencia por prendas atemporales, de calidad y fáciles de combinar, frente a las tendencias efímeras. Abrigos, camisas, denim y calzado destacaron como las piezas esenciales para un armario versátil, con predominio de tonos neutros y cálidos.

Con esta acción, Cortefiel refuerza su compromiso con la durabilidad, la elegancia y el diseño responsable, pilares que han guiado a la marca desde 1945.

Harper & Neyer y New Blanco, próximas aperturas en La Torre Outlet Zaragoza



Harper & Neyer llega a La Torre Outlet Zaragoza con su propuesta de moda masculina contemporánea, inspirada en el estilo universitario americano y el espíritu mediterráneo. La marca, conocida por su calidad, diseño y carácter urbano, contará con un espacio que reflejará su estética cuidada y atemporal.

Por su parte, New Blanco supone el regreso de una de las marcas más queridas del panorama nacional, que renace bajo un nuevo concepto de moda femenina actual, fresca y accesible. La tienda ofrecerá una amplia colección de prendas versátiles y en tendencia, adaptadas al estilo de vida de la mujer moderna.

"Seguimos ampliando nuestra oferta con marcas que aportan valor y diversidad a la experiencia de compra de nuestros clientes", destacan desde la gerencia de La Torre Outlet Zaragoza. "Estas incorporaciones reflejan la buena dinámica comercial del centro y el interés de las marcas por formar parte de nuestro proyecto".

La apertura de Harper & Neyer y New Blanco se suma a otras incorporaciones recientes en el centro, reforzando el crecimiento sostenido de La Torre Outlet Zaragoza tanto en ocupación como en afluencia de visitantes.

Con estas aperturas, el centro outlet zaragozano consolida su posición como referente de compras en el norte de España, ofreciendo a sus visitantes una mezcla única de moda, lifestyle y restauración con más de 70 tiendas de primeras marcas y descuentos durante todo el año.

Vestiaire Collective y Antonela Rocuzzo colaboran en una exclusiva venta benéfica de ropa y accesorios



Una exclusiva selección de piezas icónicas. El estilo de Antonela Rocuzzo encarna la elegancia moderna, equilibrando siluetas atemporales y piezas llamativas. Su selección incluye conjuntos prêt-à-porter y accesorios de Louis Vuitton, Prada, Gucci, Versace, Balmain, Miu Miu, Missoni, Alberta Ferretti, Moschino, Valentino y más de 50 pares de zapatos.

Blue Banana estrena la primera tienda física de su marca deportiva Athletics



Blue Banana Athletics, la submarca deportiva de la firma de moda outdoor y aventura Blue Banana, abre su primera tienda física en el centro de Madrid. La ubicación elegida tiene historia ya que se trata del local que ocupaba hasta hace unos meses la primera tienda física de Blue Banana, puesta en marcha a finales del año 2020, en el 47 de la mítica calle Fuencarral de la capital.

Esta tienda, que hasta ahora se ha mantenido abierta como una de las más reconocidas de Blue Banana, se convierte ahora en un espacio dedicado exclusivamente a la submarca Blue Banana Athletics, con colecciones propias enfocadas al rendimiento, confort e innovación en la práctica deportiva. Concebida junto a la agencia BlackFlag, responsable del concepto de tienda, el nuevo espacio traslada al plano físico la filosofía de la marca bajo el lema "Where new highs begin", invitando a cada visitante a inspirarse, activarse y buscar su mejor versión.

La Roca Village presenta un exclusivo Trunk Show LOLA CASADEMUNT



Durante el evento, invitadas especiales, prensa y amantes de la moda pudieron descubrir una selección de las dos líneas de la firma: LOLA CASADEMUNT, la línea casual y prêt-à-porter, y LOLA CASADEMUNT BY MAYTE, la línea más premium y más personal de la directora creativa, Maite Casademunt. Una propuesta en la que la elegancia y el atrevimiento se dan la mano a través de la combinación de piezas chic con prendas de espíritu rebelde.

Una colección en total sintonía con el ADN inconfundible de la marca: el animal print, esta vez reinterpretado con nuevas mezclas de colores y manchas animales, la logomanía maxi, los colores vibrantes y el cuidado exquisito por los detalles. Estos se manifiestan en infinitas incrustaciones sobre las prendas: joyas, pedrería, tachas y eyelets que aportan ese toque distintivo sin renunciar a la elegancia.

Entre las piezas clave destacan americanas estructuradas y con capa, camisas fluidas, chaquetas viniladas, prendas de punto, pantalones palazzo y abrigos acolchados. La paleta cromática juega con grises en distintas tonalidades, rojo, azul klein, verde, rosa sorbete y camel, combinados con el eterno binomio blanco y negro, para crear una colección vibrante que invita a llenar los looks de color, fuerza y actitud.

Casual con actitud couture: así se llevan los nuevos diseños de Isabel Sanchis



Trajes amplios en tonos blancos, rosas y tierra evolucionan hacia una sastrería relajada con proporciones fluidas y hombros estructurados, ideales para eventos diurnos o estilismos urbanos con un toque couture.

Las capas de gasa, los drapeados precisos y los detalles escultóricos aportan movimiento y carácter sin perder funcionalidad.

Minivestidos y tops combinados con pantalones de sastrería o faldas cortas incorporan un aire joven y dinámico, mientras que los monos o trajes en colores terracota, burdeos o negros se consolidan como una opción versátil para estilismos casual-chic.

Esta selección reinterpreta la feminidad contemporánea desde la comodidad, invitando a llevar la artesanía de Isabel Sanchis fuera del contexto estrictamente ceremonial.

Federico Sainz de Robles, fundador y CEO de Sepiia, recibe el Premio Nacional de Innovación 2025 por su apuesta en moda inteligente y sostenible de manos de S.M. la Reina Letizia



La marca española de moda inteligente y sostenible Sepiia ha sido reconocida este mes de noviembre con el Premio Nacional de Innovación 2025, en la modalidad de Pequeña y Mediana Empresa Innovadora, otorgado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades. El acto de entrega se celebró en el Palacio Real de El Pardo y fue presidido por Su Majestad la Reina Letizia. En el escenario subió al escenario el fundador y CEO de Sepiia, Federico Sainz de Robles, para recoger el galardón.

La distinción premia aquellas empresas que sitúan la innovación en el centro de su estrategia y desarrollo empresarial. En este caso, Sepiia ha destacado por combinar un enfoque textil con tecnología avanzada, lo que le permite presentar prendas antimanchas, que no se arrugan, son antibacterianas y altamente transpirables, lo que impide la generación de malos olores. Todo ello se inserta en una lógica de producción local, diseño atemporal y sostenibilidad.

Durante la entrega del premio, el CEO comentó lo siguiente: «Que el Ministerio reconozca a una empresa textil española su innovación e impacto nos hace estar muy orgullosos del camino recorrido y del ecosistema». Asimismo, añadió: «Este premio supone para Sepiia una validación al esfuerzo y trabajo de los últimos años y un recordatorio de la apuesta que hay en España por la investigación e innovación en el sector y de todo lo que queda por delante por hacer».

También dedicó el galardón «a todo el equipo de Sepiia cuyo esfuerzo, talento y compromiso hace que estos casi diez años hayan sido posibles. También al cliente Sepiia, que es nuestra guía en cada decisión que se toma dentro de la compañía y que nos motiva a continuar reinventándonos».

elPulpo Teen viste el otoño con diseños de espíritu boho



El otoño llega a elPulpo Teen envuelto en color, movimiento y texturas. La marca gallega estrena una colección donde los estampados florales y de cuadros se convierten en los grandes protagonistas de la temporada, con diseños pensados para chicas que buscan expresar su estilo con naturalidad y confianza.

La Falda de Volantes con Estampado en tonos burdeos inaugura la propuesta con un aire femenino y versátil. Su cinturilla elástica ajustable y el pantalón interior incorporado aportan comodidad, mientras que el tejido ligero y el dibujo artesanal la convierten en una prenda ideal para combinar con la blusa a juego y lograr el total look del otoño.

El Vestido Teen con Gomas y Estampado de Flores completa la colección con un aire romántico. De corte mini y fondo negro, destaca por su cuerpo fruncido tipo nido de abeja y falda con volante, una mezcla perfecta de comodidad y movimiento. El toque final llega al combinarlo con el chaleco de borreguillo de la marca, logrando un look otoñal lleno de encanto.

Henry Aroway rinde homenaje al tailoring inglés con blazers de elegancia impecable



Esta temporada, el estampado tartán y la sastrería inglesa consolidan su estatus como símbolos de elegancia atemporal, conquistando tanto las pasarelas como el street style. Henry Aroway, la firma bilbaína con más de 50 años de trayectoria en el diseño de prendas de abrigo, redefine este esencial del armario femenino con una propuesta pensada para mujeres que entienden que la sofisticación y el lujo silencioso van siempre de la mano.

Desigual sumerge a Ester Expósito en "Desigualand", la nueva campaña FW25 de la marca



La actriz española invita a descubrir "Desigualand", un universo caleidoscópico que celebra la libertad, la confianza y la alegría sin barreras. Tras mostrar en la campaña SS25 "Not a Doll" su faceta más libre en Los Ángeles, Ester se sumerge ahora en el ADN de "Desigualand", un espacio donde el color lo es todo, el amor es la base y la autenticidad, el verdadero poder. En cada imagen transmite una mujer auténtica, irreverente y libre.

EL MANIFIESTO "DESIGUALAND"

En un momento social donde el caos y la falta de empatía predomina, la marca fiel a su ADN y a su estrategia de lanzar campañas con narrativa y valores sociales pone en el centro de la campaña estos valores que son más relevantes que nunca, creando junto a Ester Expósito un manifiesto propio, articulado en cinco statements:

Wear Joy
Love Radically
Scream Your Mind
Freedom Fits All
Trip on Optimism

Con "Desigualand" FW25, se propone un viaje sin reglas a un espacio donde la mezcla es estilo, la libertad pertenece a todos y lo inesperado siempre gana: "Step inside. Love Radically. Wear Joy."

VOL.00., la colección de la diseñadora vasca LIPPER que reinterpreta la construcción desde lo artesanal



La presentación se ha llevado a cabo en Madrid, en la Galería Álvaro Alcázar, ubicada en C. de Saturnino Calleja, 3, Chamartín. Creada por Marta Reparaz, una diseñadora vasca originaria en Bilbao, LIPPER cree en el proceso y en su importancia a la hora de diseñar los nuevos códigos de la moda.

Marta se define como una persona con una profunda conexión con el agua y el océano, una característica que se ve reflejada en sus diseños. Con el paso del tiempo, la diseñadora ha logrado traducir su esencia en un lenguaje creativo que fusiona naturaleza e innovación. Su formación en Madrid, Milán y Londres aporta un enfoque cosmopolita a la colección, sin perder la conexión con sus raíces y reflejando la herencia industrial del País Vasco.

La esencia de LIPPER: construcción de la deconstrucción

En lo que respecta a la firma, LIPPER celebra la elegancia contemporánea: aspiracional pero alcanzable, racional pero sensorial, creando prendas atemporales que combinan fondo de armario con innovación. Cada pieza refleja un concepto único, una historia que se cuenta a través de cada cliente. Entre las prendas más destacadas encontramos: el Paper Trench, el Fold Blazer, la Cube Jacket, las A4 Shirts o los Pleat Pants.

La intención de LIPPER es redefinir la moda fusionando diseño, sostenibilidad y emoción. Sus piezas no solo realzan la belleza, sino que también inspiran un estilo responsable y celebran la singularidad de lo irrepetible. Una firma dirigida a mujeres vanguardistas, amantes del arte y la cultura, que ven la moda como una inversión estética y emocional.

La marca de moda global GUESS celebra su 45.º aniversario con la conferencia "Un mundo, una marca" en Marrakech



En su octava edición, la convención de GUESS llegó a Marrakech tras haberse celebrado en destinos emblemáticos como Singapur, Barcelona y Los Ángeles. Bajo el nombre One World, One Brand 2025, el evento reunió a 800 invitados de más de 100 países durante tres días de conferencias y talleres, cenas de gala, cócteles, deslumbrantes desfiles de moda y experiencias VIP de lujo cuidadosamente diseñadas.

La conferencia culminó con un desfile de moda exclusivo bajo las estrellas del desierto, en el icónico Palacio El Badi, una joya de la arquitectura marroquí del siglo XVI. El espectáculo presentó las colecciones Primavera/Verano 2026 y Pre-Otoño 2026 de GUESS, junto con piezas icónicas de archivo y una cápsula exclusiva de MARCIANO by GUESS creada especialmente para Marrakech.

Así es la colección de fragancias de Alien, el talismán olfativo de Mugler que cumple 20 años



Una fragancia convertida en talismán, en amuleto, en una invitación a descubrir la fuerza propia que habita en cada mujer. Desde su creación en 2005, esta firma olfativa ha trascendido generaciones reinventándose una y otra vez, sin perder su magnetismo ni su poder transformador.

Hoy, Alien celebra su vigésimo aniversario a través de una colección que rinde homenaje a esa herencia luminosa mientras abre nuevos caminos sensoriales. Una constelación de fragancias que reinterpreta su espíritu original –el del jazmín solar, el ámbar cálido y la madera envolvente– en distintas intensidades, texturas y universos emocionales.

Cabello fuerte y saludable en invierno: los tips de KERASILK para protegerlo del frío



Las bajas temperaturas, la humedad ambiental y los cambios bruscos entre el frío exterior y la calefacción interior alteran el equilibrio natural del cabello, provocando sequedad, falta de brillo y pérdida de suavidad. Durante esta época del año, el cabello necesita un extra de hidratación y protección para mantener su fuerza, elasticidad y vitalidad.

Perfumería Júlia elige a Glovo para ampliar su canal de venta online



Perfumería Júlia, una empresa familiar de belleza fundada en 1939, elige a la tecnológica Glovo para ampliar su canal de venta online en el territorio. Gracias a este acuerdo, los usuarios de Glovo en Barcelona podrán recibir en casa o en cualquier punto de la ciudad los productos de Perfumería Júlia dónde y cuándo quieran.

En esta primera fase de lanzamiento, Perfumería Júlia incorpora a la app tres tiendas de Barcelona y más de 17.500 referencias de productos de perfumería, cosmética, belleza, cuidado personal, maquillaje y parafarmacia, entre otros.

Perfumería Júlia nació en Andorra en 1939 y, actualmente, cuenta con más de 80 establecimientos repartidos por España y Andorra, además de distribución online en Francia, Portugal e Italia. Con más de 85 años de experiencia, Júlia destaca por su servicio al cliente, asesoramiento y la incorporación de propuestas exclusivas en perfumería y cosmética.

Este nuevo acuerdo de Glovo se enmarca en su apuesta por extender las entregas de todo tipo de productos a través de alianzas estratégicas con grandes operadores de distribución y comercios locales. Por su parte, la alianza permite a Perfumería Júlia acercarse, aún más, a sus clientes y consolidar su estrategia online en el territorio.

Gabriele Zaretti, CEO de Perfumería Júlia: "Esta alianza refuerza el compromiso de la marca con la innovación y la cercanía a nuevos perfiles de cliente, permitiendo llegar de forma ágil y directa a un público más joven, especialmente a los consumidores digitales que buscan inmediatez y calidad. Con esta incorporación, Perfumería Júlia amplía su presencia online, potenciando la visibilidad de su catálogo de perfumería y cosmética de lujo, y sentando las bases para nuevas oportunidades de crecimiento y fidelización a largo plazo dentro del ecosistema digital.

Para pedir algún producto de Perfumería Júlia en Glovo, el usuario tan solo debe descargar la app de Glovo, iniciar sesión o crear una cuenta. A continuación, el usuario debe seleccionar la burbuja de "Tiendas" y, después, seleccionar la categoría de "Belleza".

En esta sección el usuario podrá seleccionar sus artículos favoritos de Perfumería Júlia. Una vez finalizado, tiene que confirmar el pedido.

Perfumería Júlia empezará a preparar el pedido y el repartidor que acepta el pedido se dirigirá al establecimiento para recogerlo.

En unos minutos, el usuario recibirá en su casa o en cualquier punto de la ciudad su pedido.

Nueva colección de perfumería Lefties Woman

Tres intensidades que evolucionan contigo. Ligeras, intensas, frescas o envolventes, cada fragancia refleja una faceta diferente de tu estilo.

Eau de Toilette: Frescura ligera y delicada con notas de jazmín, rosa y mandarina, perfecta para el día a día.

Eau de Parfum: Cálida y envolvente, con vainilla, ámbar y coco, ideal para dejar huella de día y de noche.

Selected - Perfume Intense: Intensa y sofisticada, con jazmín, lavanda, peonía y vetiver, diseñada para los momentos más especiales.

Cada fragancia combina frescura, carácter y personalidad adaptándose al ritmo de la mujer. LEFTIES WOMAN es más que un perfume, es un accesorio invisible que define tu presencia y completa tu estilo, desde la mañana hasta la noche. ¿Perfume ligero o aroma intenso? ¿Un toque fresco o una estela que dura todo el día? Tu aroma, tu firma, tu momento. Tú eliges.

En la escena actual de la moda LEFTIES se posiciona como el nuevo referente de la moda contemporánea, la marca de moda sigue en plena evolución y se consolida como marca Lifestyle de Inditex reafirmando su identidad con un diseño atemporal, versátil y contemporáneo que conecta con las necesidades de la mujer actual pensadas para el día a día.

LEFTIES, EVERYWHERE. ON EVERYONE.

Moda que define, evoluciona, que todas llevan. La moda es más que una elección de estilo: es una expresión de identidad y una conexión con el mundo. Es un lenguaje universal que conecta, define y evoluciona. LEFTIES sigue fiel a su esencia: ofrecer piezas versátiles, atemporales y accesibles sin perder identidad ni estilo. Con cada nueva colección Lefties reafirma su compromiso con un estilo accesible, versátil y con carácter, diseñado para quienes buscan prendas impecables que trascienden las tendencias y definen su propia identidad.



Miu Miu anuncia a Anna Castillo como embajadora de belleza en España

Miu Miu Beauty anuncia a la actriz Anna Castillo como nueva embajadora local de belleza en España para Miu Miu, la última creación olfativa de la casa. Reconocida por su autenticidad, versatilidad y magnetismo generacional, Anna Castillo encarna el espíritu libre, juvenil e irreverente de Miu Miu.

Más que una actriz ganadora de un Premio Goya, con una carrera que transita con naturalidad entre el cine independiente y las grandes producciones, Anna Castillo refleja la energía espontánea y el carácter instintivo de la mujer Miu Miu. Con su presencia magnética y su autenticidad sin filtros, se ha consolidado como una de las voces más distintivas de su generación.

Irreverente, instintiva y profundamente libre, Anna Castillo convierte la belleza en un gesto de autoafirmación personal, en sintonía con la filosofía de Miu Miu Beauty.



Hunkemöller eleva los básicos con sus tops súper suaves con cashmere, perfectos para cualquier look



Más que simples tops, estas piezas se convierten en una forma de autocuidado. Confeccionados en una delicada mezcla de cashmere, son suaves y ligeros, perfectos para esos momentos en los que solo quieres sentirte cómoda. Con un diseño depurado, cortes limpios y detalles refinados, estos tops transforman lo sencillo en elegancia cotidiana.

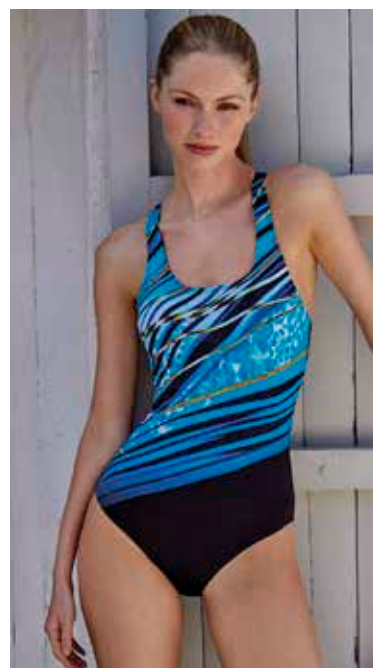
Disponibles en dos siluetas icónicas –cuello barco y cuello alto– y en una paleta de 14 colores que va de los neutros a los tonos empolvados, estos tops son perfectos para cualquier look. Ya sea como segunda piel en un estilismo relajado, como prenda protagonista o en clave layering, son una invitación a redescubrir la suavidad.

“Con estos tops súper suaves con cashmere, damos un paso más en nuestra misión: elevar el confort con un lenguaje femenino y actual”, explica Patricia Beurskens, Directora Creativa de Hunkemöller. “Diseños que abrazan la suavidad y la convierten en el aliado perfecto de la mujer actual”, concluye.

Docor presenta su nueva colección de bañadores de piscina invierno 2025-2026

La firma especializada en moda de baño Docor lanza su nueva colección de bañadores de piscina para la temporada invierno 2026, una línea pensada para quienes disfrutan del agua más allá del verano: nadadores recreativos, amantes del fitness acuático y quienes buscan bienestar en spas y centros termale.

Con esta colección, Docor reafirma su compromiso con un diseño accesible, moderno y funcional, adaptado a las necesidades del público general que practica actividades acuáticas en interiores durante los meses más fríos del año.



Inès de la Fressange firma una colección cápsula con DIM



La diseñadora y musa parisina colabora con DIM en una cápsula Otoño-Invierno 2025 que transforma la comodidad en un lujo accesible para el día a día.

son**t**ress **SLIM** naturalmente

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

**ANTICELULITICO
ADELGAZANTE
REDUCTOR**

son**t**ress **SLIM**

**SIEMPRE
GUAPA**

SIEMPRE ACTIVA

SIEMPRE SANA

[www.son**t**ress.com](http://www.sontress.com)

Más que sneakers: J'Hayber impulsa la revolución athleisure con diseños creados para moverse con libertad todo el día



La búsqueda de comodidad, versatilidad y diseño ha transformado la manera en la que nos vestimos, y hoy las sneakers ocupan un lugar central en cualquier armario.

Son el calzado que acompaña desde el entrenamiento hasta el trabajo, y del trabajo a los momentos de ocio, sin necesidad de cambiar de look.

Con esta filosofía, J'Hayber presenta en su colección Otoño-Invierno 25/26 una propuesta pensada para quienes llevan un ritmo de vida activo, dinámico y urbano. Sneakers que combinan lo mejor de dos mundos: la resistencia y la ergonomía del calzado deportivo con un diseño moderno y actual, capaz de encajar en cualquier situación del día a día.

La nueva colección incluye modelos que destacan por su estética atemporal. Tonos versátiles, materiales de calidad y acabados cuidados que no suponen una barrera entre deporte, trabajo y ocio.

La revolución athleisure es, en definitiva, la revolución de la autenticidad: vivir sin renunciar a la comodidad, moverse con libertad y hacerlo con estilo. Y J'Hayber, con más de cinco décadas de historia y un fuerte vínculo con la cultura sneaker en España, vuelve a demostrar que su propuesta evoluciona al ritmo de las nuevas generaciones.

Sin temor al mal tiempo: The North Face lanza la colección Warmth & Protection Housewives"



The North Face, la marca líder mundial en ropa y equipamiento para actividades al aire libre, presenta su colección Warmth & Protection para otoño/invierno 2025. Diseñada para afrontar cualquier previsión meteorológica, esta colección invita a disfrutar del confort incluso en los días más fríos, con prendas que combinan calidez excepcional, máxima calidad y una versatilidad sin igual. Siluetas atemporales y materiales de alto rendimiento garantizan protección y estilo en cualquier entorno.

Ya sea en las cimas o en las calles de la ciudad, en el campamento base o en las paradas de autobús, afronta los cambios meteorológicos con un equipo diseñado para salir de la zona de confort. La colección Warmth & Protection incluye chaquetas inspiradas en la tradición, creadas para las condiciones más frías, tanto en la naturaleza como en la ciudad. Diseñadas con siluetas atemporales y forradas con plumón reciclado que proporciona calor adicional sin peso extra, permiten moverse con libertad sin dejar de proteger.

Polartec AirCore impulsa la nueva y revolucionaria chaqueta de ciclismo de invierno de alta tecnología de Sportful



Sportful ha presentado su chaqueta de ciclismo de invierno más avanzada hasta la fecha: la nueva Fiandre 2 Jacket, fabricada en exclusiva con Polartec® y su última innovación en tejidos para todo tipo de clima, Polartec® AirCore™. Diseñada para satisfacer las exigencias de los ciclistas comprometidos que pedalean durante los meses más fríos del año, la chaqueta Fiandre 2 ha sido concebida para entrenamientos intensos o carreras en condiciones de viento, lluvia y frío, y establece un nuevo estándar en cuanto a protección transpirable en condiciones invernales. Está disponible en cuatro combinaciones de colores para hombre y mujer, con tallas que van desde la S hasta la 3XL.

Under Armour presenta su nueva colección Halo para finalizar el año



VEJA y Cesar Villalba lanzan la Condor 3 Off-Road: velocidad y sostenibilidad más allá del asfalto

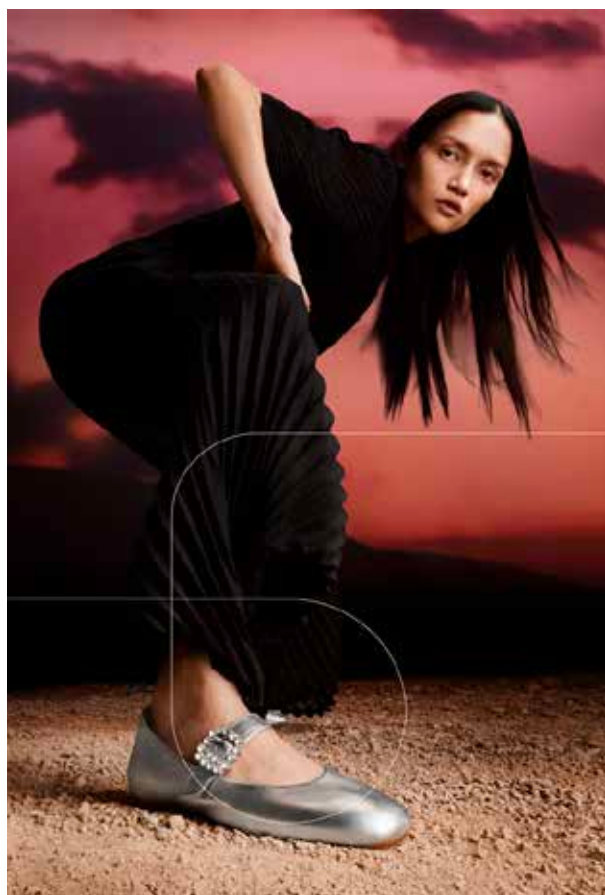


La firma francesa y el diseñador afincado en Los Ángeles presentan su segunda colaboración exclusiva, una zapatilla técnica que une innovación, estética y respeto por el entorno.

La marca estadounidense Under Armour presenta su nueva colección HALO Q4, una propuesta que redefine el equilibrio entre tecnología, estilo y funcionalidad para los meses de otoño e invierno. Diseñada para quienes buscan superar sus límites tanto en la pista como en el gimnasio, la colección combina innovación textil y diseño contemporáneo en tres líneas clave: Racer, Trainer y Runner. Racer: potencia y velocidad

Inspirada en la esencia del alto rendimiento, la línea Racer ofrece siluetas aerodinámicas y tejidos técnicos que optimizan la libertad en cada movimiento. Destacan las chaquetas UA Halo Racer CW y los pantalones Racer CW, diseñados con materiales de compresión y paneles transpirables. La colección también se completa con las nuevas zapatillas UA Halo Racer, que combinan amortiguación reactiva y ligereza y son ideales para entrenos de alta velocidad.

FitFlop presenta la Colección Delicato FW25, donde la elegancia atemporal y el comfort moderno se unen



Cada pieza ha sido cuidadosamente creada para la mujer moderna, que busca un equilibrio perfecto entre estilo y bienestar.

El resultado es una colección que traduce la comodidad icónica de FitFlop en siluetas refinadas, versátiles y con carácter.

La Crystal Buckle Leather Mary Jane reinterpreta el clásico zapato plano con un aire de lujo discreto: su hebilla de cristal aporta un toque de glamour, mientras la tecnología Dynamicush™ garantiza una pisada suave y ligera, convirtiendo la elegancia cotidiana en algo absolutamente natural.

Por su parte, las Bow Soft Leather Ballerinas combinan la delicadeza del cuero napa con una estética depurada y contemporánea. Su punta cuadrada y lazo sutil dan el toque effortless a la vez que femenino, pensado para llevarlas desde la oficina hasta una cena especial.

Esta es la selección de botas de Satorisan para acompañarte en tus inviernos



Con una filosofía que celebra la autenticidad de cada persona, están diseñadas con materiales premium para ofrecer una comodidad inigualable.

UNALOME ELASTICS PREMIUM (mujer)

Las Unalome Elastics Premium reinterpretan las clásicas botas Chelsea desde la mirada honesta y funcional de Satorisan.

UNALOME CHELSEA PREMIUM (hombre)

Las Unalome Chelsea Premium reinterpretan un icono del calzado masculino con una estética contemporánea.

Rindiendo homenaje a sus clásicos de siempre, Satorisan presenta dos modelos imprescindibles en cada temporada: Hida Spitfire y Kiso Premium, botas inspiradas en la montaña pero pensadas para acompañarte en la ciudad.

HIDA SPITFIRE (hombre y mujer)

Auténtica, funcional y con una personalidad única, la Hida Spitfire rinde homenaje a la cadena montañosa japonesa.

KISO PREMIUM (hombre y mujer)

Inspirada en el valle de Kiso, cuna del Satori y símbolo de armonía con la naturaleza, la Kiso Premium combina el espíritu de la montaña con la funcionalidad urbana.

La atleta olímpica Almudena Cid se convierte en la nueva imagen de Comfeet, la línea de calzado que une tecnología, innovación y confort, disponible en exclusiva en MERKAL



Gracias a sus innovaciones técnicas y el uso de materiales de última generación, la marca consigue optimizar la calidad, el ajuste y la sensación de comodidad, ofreciendo una experiencia de pisada única. Su propósito es claro: lograr el máximo confort sin renunciar al estilo ni a las tendencias.

Almudena Cid se identifica plenamente con los valores que definen a Comfeet: comodidad, tecnología y flexibilidad, tres pilares que inspiran tanto la filosofía de la marca como la forma en que la atleta afronta cada paso de su vida profesional y personal.

Martinelli marca el toque diferencial con elegantes botines de punta afilada

Este otoño se despiden indefinidamente del calzado de punta redonda y cuadrada, abriendo paso a una nueva tendencia: las botas y botines puntiagudos. Su habilidad para alargar la silueta y demostrar elegancia, los han convertido en el indiscutible favorito de temporada, colándose ya en los armarios de las mujeres más estilas.



HISPANITAS refuerza la defensa del diseño español frente a las imitaciones



En un contexto donde la originalidad se ha convertido en un valor estratégico y la propiedad intelectual en una herramienta competitiva, HISPANITAS reafirma su liderazgo en la defensa del diseño "made in Spain". La reconocida firma alicantina de calzado ha obtenido recientemente medidas cautelares favorables frente a varias marcas competidoras, dictadas por los Juzgados de lo Mercantil de Alicante, con competencia exclusiva sobre Marcas y Diseños de la Unión Europea.

Estas resoluciones, emitidas en plazos inusualmente breves incluso para los estándares europeos, subrayan la agilidad del sistema judicial español en materia de propiedad industrial y, sobre todo, la determinación de HISPANITAS por proteger su patrimonio creativo. Según fuentes de la compañía, estas decisiones (actualmente en fase de recurso) representan un mensaje de firmeza y una declaración de principios: la creatividad, la innovación y la autenticidad son activos estratégicos que merecen ser defendidos con la misma intensidad que cualquier otro elemento del negocio.

En la economía contemporánea, donde las ideas y las formas se replican con facilidad, el diseño se ha convertido en uno de los principales factores de diferenciación competitiva. HISPANITAS lo sabe bien: su estrategia de negocio integra la innovación estética con la protección jurídica del valor intangible que representan sus creaciones.

Descubre los bolsos imprescindibles en colores neutros de la colección AW 2025 de Vº73



La marca presenta una cuidada selección de opciones en tonos neutros que combinan elegancia, funcionalidad y estilo contemporáneo; perfectas para acompañar en cada momento del día.

Mietis abre su primera flagship en Passeig de Gràcia



La firma de bolsos de lujo abre sus puertas ofreciendo una experiencia sensorial donde moda, diseño y carácter se encuentran en un mismo espacio.

La marca barcelonesa inaugura un espacio único en Paseo de Gracia 66 con Valencia 276, epicentro del lujo y la creatividad de la ciudad.

Maison Admire: artesanía, innovación y sostenibilidad hechas bolso



Maison Admire es una nueva marca española de moda que combina artesanía tradicional y tecnología de impresión 3D para crear bolsos únicos, responsables y con alma. La firma se centra en la sostenibilidad, la ética y la innovación, defendiendo una belleza holística que fusiona tradición y futuro. Cada bolso es resultado de un proceso que combina manufactura artesanal y tecnología avanzada, dando lugar a piezas irrepetibles, cercanas al arte y a la singularidad.

Todos los bolsos se desarrollan íntegramente en España, en talleres de Ubrique, Vizcaya y Barcelona, bajo el sello Made in Spain, que representa calidad, respeto por la tradición y compromiso con la innovación sostenible.

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



Techtextil y Texprocess 2026 abren convocatoria para ponencias sobre el futuro del textil



La feria internacional Techtextil & Texprocess 2026, que se celebrará en Fráncfort del 21 al 24 de abril de 2026, ha abierto la convocatoria oficial para la presentación de ponencias en sus prestigiosos foros de debate. Investigadores, empresas, universidades y profesionales del sector textil y de la confección podrán enviar sus propuestas hasta el 15 de diciembre de 2025.

Ambos foros –Techtextil Forum y Texprocess Forum– se consolidan como plataformas globales de conocimiento e innovación, promoviendo el diálogo entre la investigación, la industria y la tecnología aplicada a los nuevos desafíos del sector. Un comité internacional de expertos seleccionará las intervenciones que conformarán el programa, que se desarrollará durante los cuatro días de la feria.

“Quienes participan no solo contribuyen a crear el programa, sino que también impulsan el intercambio profesional dentro de la industria”, explica Sabine Scharrer, directora de Brand Management Technical Textiles & Textile Processing en Messe Frankfurt, organizadora del evento. “Los foros demuestran cada año cuánta innovación,

compromiso y conocimiento impulsan este sector”.

Innovación, sostenibilidad y digitalización: los ejes del debate

El Techtextil Forum 2026 abordará temáticas que van desde el desarrollo de materiales hasta la automatización y la economía circular. Entre sus categorías destacan:

- Beyond Function - The Next Generation of Technical Textiles

- Textile Intelligence - Smart, Connected, Responsive

- Manufacturing Intelligence - Digitalization, Automation, and AI

- Resilient Textiles - Solutions for an Unstable World

- Pushing Boundaries - Interdisciplinary and Disruptive Innovations

Por su parte, el Texprocess Forum 2026 centrará su atención en la transformación de la confección y la manufactura textil,

con temas como soluciones sostenibles, herramientas CAD/CAM, digitalización e inteligencia artificial, requisitos legales y nuevas herramientas de diseño.

Los organizadores destacan que la participación es gratuita, y las ponencias deben presentarse en inglés y acompañarse de elementos visuales. Los ponentes seleccionados se anunciarán a comienzos de febrero de 2026, integrándose en el programa oficial de conferencias de ambas ferias.

El conocimiento como motor de progreso

Techtextil y Texprocess son los principales puntos de encuentro mundial del sector textil técnico y de la confección industrial, con una amplia representación de fabricantes, investigadores y desarrolladores de todo el mundo. Ambas ferias ponen de manifiesto cómo la colaboración entre disciplinas y el intercambio de conocimiento son esenciales para impulsar la innovación en un contexto de transformación tecnológica y ecológica.

El evento de 2026 volverá a convertir a Fráncfort en el epicentro global de la industria textil avanzada, ofreciendo una visión de futuro que combina sostenibilidad, inteligencia digital y creatividad aplicada.

Pitti Immagine Bimbo 102: el universo infantil se pone en movimiento en Florencia

La próxima edición de Pitti Immagine Bimbo marcará un giro conceptual con el lema "MOTION" (movimiento). Esa palabra clave impregna la propuesta editorial de la edición número 102, que tendrá lugar los días 21 y 22 de enero de 2026 en la Fortezza da Basso, Florencia.

El personaje central de la campaña es PITT, un pingüino que emprende un viaje simbólico: abandona el hielo, recorre climas variados (lluvia, sol, nieve) y se encuentra con nuevos escenarios y amigos que visten bufandas, gorros y prendas cálidas y únicas. Este relato visual de exploración y transformación invita tanto al mundo físico como al digital.

El objetivo de Pitti Bimbo 102 es más que mostrar colecciones: pretende ser "una escena para la comunicación, un lugar de observación, un hub creativo". En estas dos jornadas se apuesta por contar historias, diseñar puentes entre disciplinas y activar reinicios constantes.

Claves de la cita: novedades, alcance y expectativa

Horario y estructura

El evento funcionará en horario continuo de 9:00 a 18:00 horas ambos días.

Se espera que expositores, visitantes profesionales, prensa y talento creativo confluayan en una experiencia híbrida entre lo presencial y lo digital. El concepto de motion también se articula como emoción en movimiento, señalando que los formatos expositivos podrán expandirse más allá del stand tradicional.

Una feria en evolución

En ediciones previas, Pitti Bimbo ha sido escenario de tendencias disruptivas en childrenswear, combinadas con presentaciones innovadoras y ajustes en formatos híbridos. Lo nuevo aquí es enfatizar el "movimiento" no solo en atributos estilísticos, sino



también como motor de progresión: colecciones que se adaptan, marcas que cambian, espacios que mutan.

Público e importancia estratégica

Para marcas y profesionales del sector infantil, Pitti Bimbo es un escaparate central hacia mercados europeos y globales. La edición 102 apunta a reforzar esas alianzas y abrir puertas, gracias al impulso editorial y al carácter visualmente potente de su narrativa.

Para asistentes interesados, es momento de planificar con antelación: reservar alojamiento en Florencia, organizar agendas de reuniones B2B, y explorar cómo integrar la narrativa "en movimiento" en colecciones y presentaciones.

Pitti Immagine Bimbo 102 promete no sólo exhibir moda infantil, sino sumergir a la comunidad profesional en un relato de cambio, exploración y creatividad. Bajo el slogan MOTION, la edición de enero de 2026 aspira a reinventar la experiencia ferial como un viaje constante. Ahora toca acompañar a PITT en su recorrido: el movimiento está en marcha.

En enero, el Evento Especial de Pitti Immagine Uomo 109 será SHINYAKOZUKA

Nuevo anuncio dentro del programa de eventos especiales para la próxima edición de Pitti Immagine Uomo 109 (Florencia, del 13 al 16 de enero de 2026).

El protagonista del Evento Especial de enero será el diseñador japonés Shinya Kozuka, fuerza creativa y fundador de la marca homónima SHINYAKOZUKA. En esta ocasión, el diseñador afincado en Tokio presentará un proyecto-evento especial en Florencia, en colaboración con la Japan Fashion Week Organization.

«Mi carrera en el diseño comenzó en mi ciudad natal, Osaka –sembrado en Londres, regado en París y tomando forma en Tokio. Ahora, Florencia abre otro capítulo maravilloso. Estoy profundamente agradecido por esta nueva tierra y el gran honor de formar parte de Pitti Immagine Uomo». – Shinya Kozuka

En 2013, Shinya Kozuka se graduó en Central Saint Martins College of Art and Design. Tras regresar a Japón, en 2015, el diseñador fundó su marca homónima SHINYAKOZUKA.



Spring Fair 2025: novedad, aniversario y nuevas fronteras para el comercio minorista



La próxima edición de Spring Fair 2025 promete ser un hito para el comercio minorista británico e internacional. Del 2 al 5 de febrero, el National Exhibition Centre (NEC) de Birmingham acogerá una feria que conmemora 75 años de historia como la plataforma de referencia para los sectores home, gift y fashion del Reino Unido.

Un aniversario con ambición expansiva

Para celebrar sus más de siete décadas de actividad, Spring Fair 2025 ha preparado una experiencia ampliada y sensorial. Se exhibirán más de un millón de productos, el 12 % de ellos presentados en exclusiva en la feria, y se espera la participación de más de 1.200 expositores, muchos de ellos recién incorporados al evento.

La feria dispondrá de 12 "buying destinations" dedicadas a diferentes verticales del retail –hogar, regalo, moda y productos cotidianos–, con zonas especializadas y pabellones temáticos que facilitarán el descubrimiento de novedades.

Una de las apuestas más llamativas será el Licensing Lab, una nueva área colaborativa en asociación con Fabacus, que reunirá licenciarios, minoristas y creadores con sesiones y espacios de networking específicos para el mundo de los derechos de marca.

Complementando esta oferta, la feria difundirá durante todo el

recinto una fragancia exclusiva, denominada Heritage 75, concebida para evocar la tradición y la innovación del evento en su edición conmemorativa.

Innovación, contenido y relaciones duraderas

Más allá de los productos expuestos, Spring Fair 2025 se convierte en un escenario de aprendizaje y conexiones. Durante los cuatro días del evento se celebrarán seminarios, clases magistrales (masterclasses), pasarelas y charlas con figuras del retail, accesibles de forma gratuita para los asistentes del sector.

Entre los espacios destacados se encuentran el Inspiring Retail Stage, el Masterclass Studio y el recién añadido Licensing Lab, todos ellos diseñados para inspirar estrategias comerciales innovadoras.

La edición 2025 también se ha caracterizado por un crecimiento cuantitativo notable: se ha registrado un aumento del 14 % en el número de expositores con respecto al año anterior y un incremento del 18 % entre las marcas nuevas participantes. Home & Giftware Magazine Entre los comercios asistentes están cadenas reconocidas (Marks & Spencer, Next, Tesco) así como retailers independientes, lo que subraya la diversidad y el alcance del evento.

Para los compradores, la feria ofrece beneficios como descuentos, servicios de asesoría personalizada uno a uno, espacios de descanso como el Buyers Lounge –ambientado para facilitar momentos de pausa y planificación–, y la posibilidad de acceder a vistas previas exclusivas mediante la iniciativa Little Black Book.

Con cada edición, Spring Fair refuerza su posición como punto de encuentro imprescindible del ecosistema retail: un lugar donde las marcas exhiben, los compradores descubren y los profesionales se inspiran. La 75.ª edición espera ser una edición de referencia, no solo por su escala, sino por su voluntad de reinventar la feria comercial hacia experiencias más inmersivas y colaborativas.

Mientras los ecos de los acuerdos, tendencias y conexiones generadas en 2025 continúan resonando, toda la industria mira ya hacia 2026 con expectativas renovadas, pero con la mirada firme en lo que sucederá en Birmingham este febrero.

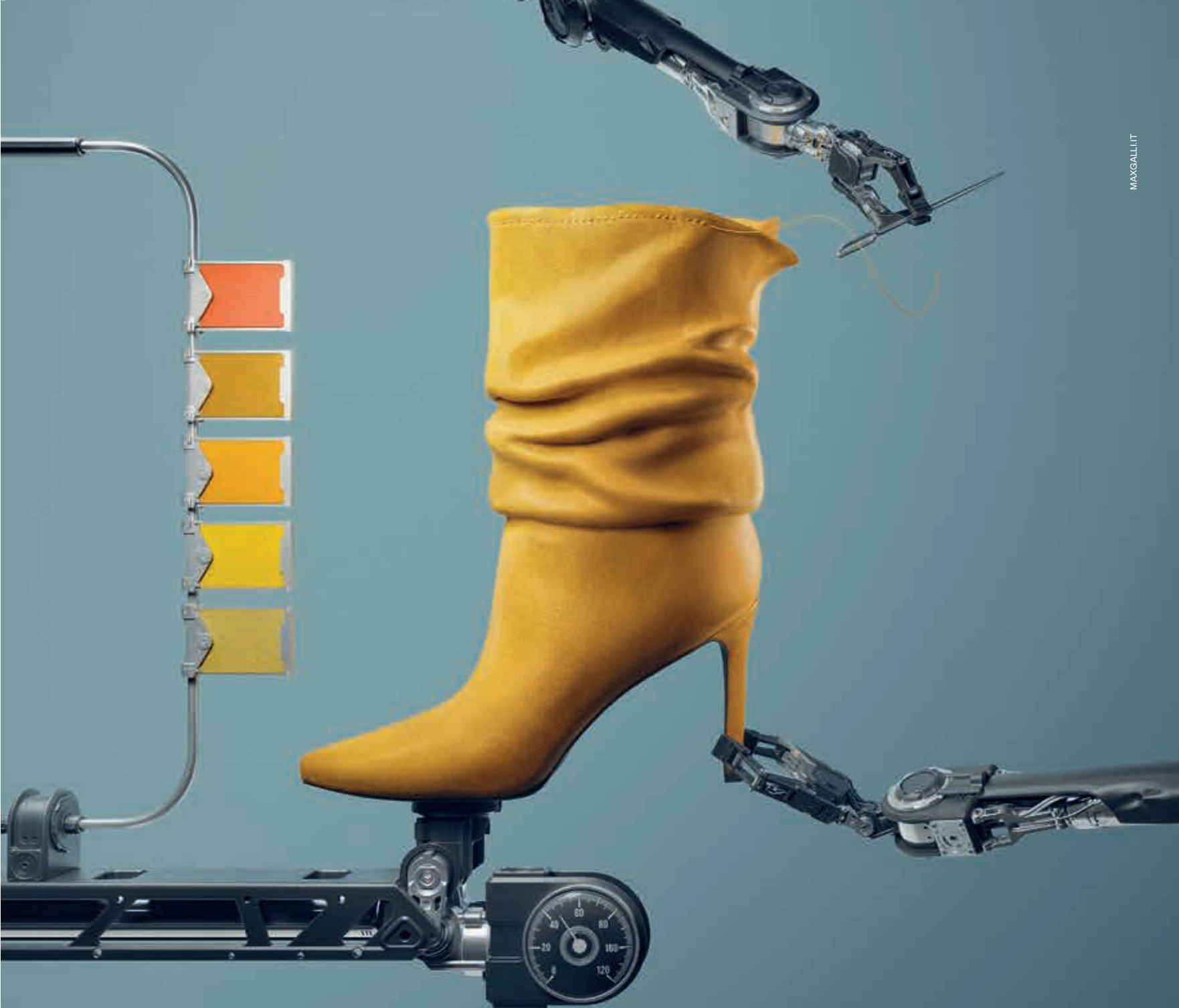
Practicidad y funcionalidad: las marcas de calzado masculino destacan la versatilidad en la BFSHOW



Del 23 al 25 de junio de 2026 la industria internacional del outerwear se dará cita en la 29.ª edición de LeShow Moscow, que por primera vez reúne de forma integrada todos los grandes segmentos del mercado de prendas de abrigo en el recinto Main Stage de la capital rusa. La convocatoria, promovida por EXPODEAL LLC, se presenta como una oportunidad práctica y directa para compradores, fabricantes, proveedores de materiales y empresas de logística que buscan soluciones inmediatas desde la muestra del producto hasta la firma de contratos.

LeShow 2026 expande su propuesta para cubrir toda la cadena de valor del abrigo: exhibirá colecciones de outerwear (desde el segmento premium hasta el mass market), ofrecerá un escaparate de materiales –cuero, piel, lana, cachemir y acabados exóticos–, mostrará accesorios y herramientas para producción, y presentará soluciones de rellenos e insulaciones pensadas para todo tipo de climas. Junto a estos stands, el certamen incorpora servicios de producción y logística que prometen cubrir desde el concepto hasta la entrega final.

La gran novedad conceptual es la creación del clúster "Contract Outerwear", un espacio especializado que agrupará fábricas y talleres de países como Rusia, Turquía, Uzbekistán y Bielorrusia y que está pensado para atender necesidades muy diversas: desde tiradas pequeñas hasta series de más de 10.000 unidades. Para compradores que buscan socios industriales fiables, este espacio facilita la comparación directa de capacidades, condiciones y modelos productivos.



CRAFTING THE FUTURE OF FOOTWEAR

The first exhibition of the year: a unique opportunity to build new partnerships and expand your network.

10 - 13 January 2026 - Riva del Garda - Italy

EXPO NIVA SCHUH

THE FAIR THAT MOVES THE WORLD

co-located with

GARD BAGS
CONNECTION INTELLIGENCE

Organised by


Riva del Garda®
Fier congressi

In cooperation with

 **OpportunItaly**
Opportunities for your business


Riva del Garda Fier congressi

 **ITA**
ITALIAN TRADE AGENCY

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



SCAN THE CODE AND
VISIT OUR WEBSITE!
EXPORIVASCHUH.IT



#exporivaschuh #gardabags

Bisutex regresa del 5 al 7 de febrero de 2026 con una edición que combina talento, tendencias y negocio



Bisutex regresa del 5 al 7 de febrero de 2026 con una edición que combina talento, tendencias y negocio

Bisutex, el gran escaparate de la bisutería y los complementos, volverá a abrir sus puertas del 5 al 7 de febrero de 2026 en IFEMA MADRID en un encuentro que reunirá tendencias, innovación y nuevas oportunidades de negocio. Durante tres jornadas profesionales, el Salón será el reflejo

más vivo de un sector en evolución constante, capaz de combinar tradición y modernidad para anticipar las colecciones y tendencias que marcarán la próxima temporada.

En este sentido, los pabellones 6 y 8 del Recinto Ferial se convertirán en un auténtico escenario de innovación y estilo, coincidiendo en fechas con MOMAD, el gran encuentro de la moda, para ofrecer una visión global de las últimas novedades y favorecer nuevas sinergias entre sectores. Las empresas interesadas en participar ya pueden presentar su solicitud a través de este enlace.

Una cita estratégica para profesionales de la moda y los complementos

Con una propuesta sectorizada y de alta calidad, Bisutex sorprenderá con diseño, artesanía y talento bajo un mismo paraguas. Los profesionales descubrirán en el pabellón 8, de la mano de marcas nacionales e internacionales, las últimas colecciones de bisutería, complementos, marroquinería, relojería, maletas, sombreros y otros accesorios de tendencia, junto a una cuidada selección de piezas de autor y proyectos sostenibles, que reflejarán la diversidad y el dinamismo del sector.

En esta misma línea, el espacio Minis volverá a ser uno de los espacios más inspiradores de la feria, visibilizando al talento emergente nacional e internacional. Este área reunirá una edición más a emprendedores, diseñadores y pequeñas marcas que aportarán autenticidad y estilos nuevos para esta industria.

Junto con estas propuestas, el pabellón 6 será un espacio dedicado a la venta directa al profesional con un formato diseñado para dinamizar las compras inmediatas y facilitar la renovación de colecciones en un entorno ágil y especializado. Esta estrategia de negocio refuerza el carácter práctico y comercial de la feria que favorece tanto la experiencia como la relación entre empresas y profesionales.

La coincidencia en fechas con MOMAD reforzará la proyección de Bisutex como uno de los grandes encuentros profesionales del calendario ferial. Esta convocatoria ofrecerá en IFEMA MADRID una visión completa de las tendencias en moda y complementos que multiplicará las sinergias comerciales entre sectores afines.

KMO MODA avanza sus fechas para 2026: la moda de proximidad vuelve a reunirse en Madrid los días 26 y 27 de enero



La feria profesional KMO MODA volverá a celebrarse los días 26 y 27 de enero en el histórico Palacio de Santoña (Madrid), convirtiéndose en una oportunidad esencial para las empresas del sector textil, de confección y moda "made in Spain". La organización destaca su enfoque hacia productores locales y ofrece un espacio dinámico de negocio, visibilidad y networking.

Cómo participar como expositor

Las empresas interesadas en formar parte como expositores pueden acceder al formulario de "Quiero exponer" en la web oficial.

El procedimiento habitual incluye:

Envío de solicitud por mail (indicando datos básicos de la empresa, actividad, metros m2 deseados) - según el dossier para expositores.

Confirmación de recepción por parte de la organización, y una vez aceptada la solicitud se formaliza la participación.

Una vez admitido, se concretan ubicación, stand, tarifas, condiciones de montaje / desmontaje, y se accede a los materiales de apoyo del salón.

Las categorías que pueden participar como expositor incluyen fabricantes de tejidos lisos y estampados, talleres de confección, empresas de fornituras y complementos, patronaje, género de punto, servicios auxiliares al sector, entre otras.

Es muy conveniente actuar cuanto antes, ya que las ediciones anteriores han colgado el cartel de "completo" de expositores antes del inicio del plazo.

El acceso como visitante en KMO MODA es gratuito para profesionales del sector que realicen el registro previo en la web.

MOMAD vuelve a convocar a los profesionales de la moda, el calzado y los complementos en una nueva edición del 5 al 7 de febrero en Ifema Madrid



MOMAD, el Salón Internacional de Moda, Calzado y Accesorios, vuelve del 5 al 7 de febrero de 2026 a IFEMA MADRID, en una edición que reflejará la energía creativa y el potencial de la moda actual. El pabellón 10 del Recinto Ferial mostrará la riqueza, diversidad y calidad de las marcas participantes, en un recorrido por las últimas tendencias en textil, calzado y accesorios, donde la sostenibilidad y la moda española marcarán el ritmo de la temporada.

En este sentido, diversas firmas consolidadas y emergentes, compradores y actores clave del sector, convergerán en un espacio único de inspiración y negocio. Junto a ello, y con el objetivo de completar la oferta y dibujar una visión global del mercado, MOMAD volverá a coincidir en fechas con Bisutext, el punto de encuentro profesional de la bisutería y los complementos. Las empresas interesadas en participar ya pueden solicitar su espacio a través de este enlace.

La moda española: sostenibilidad, motor creativo y símbolo de calidad

Con una sólida presencia de marcas nacionales, la próxima edición de MOMAD pondrá en valor la calidad, el diseño y la visión internacional que caracterizan a la moda española. Según el Informe Económico de la Moda en España 2025, el sector aporta el 2,9% del PIB nacional y mantiene una fuerte vocación exportadora, con más de 23.000 millones de euros en ventas internacionales en 2024. Además, el informe subraya el papel estratégico de la circularidad y la sostenibilidad como ejes del cambio para la industria.

En este contexto, las nuevas colecciones que se presentarán en el Salón harán una lectura de vanguardia de la artesanía, la funcionalidad y las tendencias de temporada para reflejar el equilibrio entre tradición y modernidad que distingue al producto hecho en España.

Por su parte, el espacio de la Boutique Consciente reforzará su

presencia dentro del Salón al reunir nuevas propuestas de moda responsable y circular, con la participación de varias firmas que apuestan por materiales reciclados, trazabilidad y procesos de bajo impacto, sin renunciar al estilo y la elegancia que definen al sector.

Regresa la Pasarela de MOMAD y el concurso MOMAD Talents by ISEM

El dinamismo de la moda también se reflejará en los espacios de la feria dedicados a la creatividad y las nuevas propuestas. Por un lado, la icónica Pasarela de MOMAD regresará en esta edición con un renovado programa de desfiles y presentaciones. Este espacio volverá a aportar una visión enriquecedora para la industria, con actividades que marcarán tendencia y abordarán los principales retos del sector, desde la sostenibilidad y la innovación tecnológica hasta la internacionalización de las marcas.

En esta línea, MOMAD Talents by ISEM abre una nueva convocatoria dirigida a nuevas marcas y diseñadores con un máximo de tres temporadas en el mercado. El concurso, que busca dar visibilidad al talento emergente y las propuestas más innovadoras del sector, seleccionará a dos ganadores que podrán exponer sus colecciones en la próxima edición de MOMAD en un stand gratuito. Además, el ganador tendrá la oportunidad de cursar el programa Fashion and Creativity Management by ISEM.

El plazo de presentación de candidaturas estará abierto del 1 de noviembre al 10 de diciembre de 2025, y los ganadores se anunciarán el 18 de diciembre en las redes sociales de MOMAD, tras la deliberación de un jurado profesional. Los interesados pueden presentar su inscripción en este enlace.

La última edición de MOMAD reunió a más de 300 marcas de 23 países diferentes y aumentó la presencia de visitantes profesionales (+11%) de 70 países respecto a septiembre de 2024.



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:

