Noticiero Textil

Nº 259
Año XXXVI
2do Trimestre 2019

El textil-hogar español, imparable

Innovación, sostenibilidad y exportación son las claves de un sector que mantiene su fuerza en el exterior gracias a su capacidad para adaptarse a un entorno siempre cambiante.

Mesa Redonda. Pág. 8

Entrevista pág. 26

Pere Cirera, "Market development manager" de Tanatex Chemicals

Opinión pág. 6

ECUVal: nuevo sistema para el tratamiento y reutilización del agua residual de tintura

Entrevista pág. 42

Enric Carrera, director del INTEXTER (UPC)

ACCEDA AL VÍDEO
RELACIONADO CON
EL CONTENIDO

MOMAD

MODA EN MADRID

SALÓN INTERNACIONAL
DE TEXTIL, CALZADO
Y ACCESORIOS

12-14
SEPTIEMBRE 2019
momad.es

ORGANIZA
IFEMA
Feria de Madrid

6
Opinión
"ECUVal: nuevo sistema para el tratamiento y reutilización del agua residual de tintura" por la Dra. M. Carmen Gutiérrez Bouzán.

8
Mesa Redonda
Textil-Hogar: innovación y exportación.

16
Economía
Amec propone respuestas para la industria internacionalizada.

26
Entrevista
Pere Cirera, "Market development manager" de Tanatex Chemicals.

30
Cabecera
Se prepara la 58ª edición del Congreso de fibras de Dornbirn.

36
Producción
Techtextil y Texprocess 2019 ultiman preparativos.

42
Entrevista
Enric Carrera, director del INTEXTER (UPC).

49
Moda
Fimi renueva imagen y concepto de cara a su próxima edición.

52
Calzamoda
El calzado español pone el punto de mira en Japón.

55
Ropa de Casa
Home Textiles Premium by Textilhogar alcanza el 75% de ocupación.

59
Distribución
Expofranquicia 2019 clausura con éxito su edición más internacional.

DIRECTOR
José Martín
jm@astoriaediciones.es

REDACCIÓN
Francesc M. Almena
falmena@astoriaediciones.es

PUBLICIDAD
David Martín
dmartin@astoriaediciones.es

ADMINISTRACIÓN Y SUSCRIPCIONES
admin@astoriaediciones.es

MAQUETACIÓN Y DISEÑO
Diego Peña
produccion@astoriaediciones.es

IMPRIME
Exaprint
Dep. Legal B-31.146-1984

NOTICIERO TEXTIL
no comparte necesariamente la opinión expresada por sus colaboradores.

Edita:
Astoria Ediciones, S.L.
Numancia, 73, 7° B - 08029 BARCELONA
Tel. 93 444 81 92
www.astoriaediciones.es
info@astoriaediciones.es

¿Quiere recibir la próxima edición?

Suscríbase desde
5,28 € al mes

https://bit.ly/2WyfGfS

Síguenos en:

José Martín
Director
jm@astoriaediciones.es

Será el 20 de junio

En esta jornada se inaugurará la decimoctava edición de ITMA.

Evento especial, difícil de homologar en otros sectores.

Horas, días, semanas, meses, años antes, más de diez mil profesionales, entre ingenieros, técnicos de variadas disciplinas, investigadores, expertos en marketing, ventas, etc. han estado trabajando duramente, para que más de mil seiscientas empresas, de cuarenta y seis países, pudieran ofrecer en una superficie de más de ciento diez mil metros cuadrados a más de ciento veinte mil visitantes, los frutos de sus trabajos.

Prototipos, máquinas ya en plena fabricación, estudios técnicos, y un mundo de contactos, intercambios, diálogos, un bullicio hasta el hervor, serán los protagonistas y la oferta de este encuentro que va más allá del concepto de feria, salón, mercado, ágora, para ser el epicentro de la mayoría de los expositores.

La ITMA es el corazón, el motor, el motivo por el que las empresas expositoras tengan asegurado trabajo, en muchos casos, durante años, debido a los pactos y ventas ocurridos durante el encuentro.

Desde 1951, año de celebración de la primera edición de ITMA hasta el presente 2019 Cematex, padre y madre del certamen, solo ha visto crecer a su hijo sano y robusto, y ya con sesenta y ocho años de vida es suficiente para entender que el sector textil mundial le debe al mismo una extraordinaria parte de su situación actual.

Es cierto que el sector ha variado, alterado en todas sus estructuras, en sus modelos, formas, tecnología, influencia medioambiental, etc., pero lo que no cambia es el peso, la importancia, que a lo largo de estos últimos decenios ha tenido en el mismo, el generador del certamen.

Bienvenida a la ITMA. Bienvenida ya que es seguro que los sectores de acabados, hilatura, tisaje, etc. en los próximos años podrán ofrecer al mundo tejidos y accesorios más prácticos, más ecológicos, más en la línea de ofrecer prestaciones, que hoy a la inmensa mayoría de ciudadanos les resultaría de ciencia ficción. ■

texprocess

14 – 17. 5. 2019
Frankfurt am Main

Feria líder internacional del procesamiento
de textiles y de materiales flexibles

ACCEDA AL VÍDEO
RELACIONADO CON
EL CONTENIDO

Your Space.
More Progress.
NEW PROCESSING.

Desde diseño y corte hasta TI y logística, los líderes internacionales tecnológicos y del mercado presentan sus soluciones para optimizar el procesamiento textil y de otros materiales flexibles.

texprocess.com

info@spain.messefrankfurt.com
Tel. 91 533 76 45

Paralelamente:
techtextil

powered by: VDMA Textile Care, Fabric and Leather Technologies

messe frankfurt

ECUVal: nuevo sistema para el tratamiento y reutilización del agua residual de tintura

Dra M. Carmen Gutiérrez Bouzán

Investigadora del Instituto de Investigación Textil y Cooperación Industrial de Terrassa INTEXTER (UPC)

El sistema ECUVal es una solución innovadora a un problema común en la industria textil: la gran cantidad de aguas residuales coloreadas y salinas generadas por esta industria. En general, los tratamientos biológicos convencionales presentan una baja eliminación de color, por lo que se requieren tratamientos adicionales para cumplir la legislación de vertido vigente. En cuanto a los tratamientos físico-químicos, la coagulación-floculación es muy efectiva, pero genera un residuo concentrado que requiere un tratamiento adicional. La decoloración por adsorción (por ejemplo con carbón activo) presenta alta eficacia para una gran variedad de colorantes, pero es una técnica con un elevado coste ya que el material adsorbente debe ser regenerado después de varios tratamientos o bien los fangos deben eliminarse.

El sistema ECUVal se basa en la degradación de los colorantes reactivos presentes en los efluentes de tintura y lavado mediante un sistema electroquímico combinado con radiación ultravioleta. Las técnicas electroquímicas son un método eficiente para la degradación de colorantes en presencia de sales, ya que permiten, no sólo eliminar de forma rápida el color de los baños residuales de tintura, sino también reutilizar los efluentes decolorados en nuevos procesos de tintura. La principal ventaja del sistema es que para la eliminación de los colorantes residuales no es necesaria la adición de reactivos químicos, ya que se utilizan las mismas sales presentes en estos efluentes como electrolitos. Además, el sistema no genera ningún residuo, por lo que no se requieren operaciones adicionales.

El tratamiento con el sistema ECUVal proporciona un efluente incoloro con un determinado contenido de sales. En este punto, el tratamiento se puede plantear en dos modos:

- **Decoloración:** los efluentes decolorados son vertidos a la depuradora biológica para eliminar materia orgánica, o
- **Reutilización:** los efluentes decolorados se acondicionan para ser reutilizados en nuevos procesos de tintura.

La reutilización del efluente permite ahorrar entre un 70 y un 100% de agua de tintura, y hasta un 100% de sal.

El primer prototipo industrial, construido por ICOMATEX para su comercialización, está actualmente instalado en GRAU S.A. El proyecto ECUVal ha sido cofinanciado por la ECO-Innovation Initiative de la Comisión Europea a través de la EASME. Las pruebas realizadas a escala industrial han permitido demostrar la viabilidad del sistema para el tratamiento y reutilización de los efluentes generados en el proceso de tintura de colorantes reactivos. Cabe destacar que, aunque el sistema ECUVal está principalmente diseñado para su aplicación en la industria textil, también podría utilizarse en otros sectores industriales que generan efluentes coloreados y/o con compuestos poco biodegradables.

Información adicional: https://www.ecuval.eu/es ■

Envíenos su opinión sobre este artículo a; www.noticierotextil.net (sección opinión)

OBJETIVOS

ECUVal es un negocio ecológico basado en un innovador sistema de aguas residuales.

El objetivo principal del proyecto ECUVal es introducir en el mercado una innovadora tecnología ecológica para el tratamiento de aguas residuales industriales que proporciona un efluente capaz de ser reutilizado.

A diferencia de otras tecnologías existentes, esta nueva propuesta verde tiene como objetivo lograr los siguientes objetivos específicos:

- Reducción del consumo de agua gracias a la reutilización de aguas residuales industriales: reciclaje 70-100% de agua de proceso
- Reducción de la salinidad de las aguas residuales debido al tratamiento y la reutilización de los efluentes salinos: reciclar hasta 100% de sal en los procesos industriales.
- Eliminación de compuestos poco biodegradables, resistentes a los tratamientos convencionales: en el caso de los colorantes, hasta el 100% de eliminación del color.
- Purificación de aguas residuales sin la adición de reactivos químicos.
- Tecnología verde que no produce desechos.
- Sistema flexible, que funciona en condiciones suaves.
- Alta durabilidad, mantenimiento mínimo.
- Procesos industriales sostenibles: reducción de la huella de carbono e impacto ambiental

Actualmente, el prototipo industrial de ECUVal está funcionando en una fábrica textil donde se ha optimizado para tratar y reutilizar baños de tintura reactivos agotados.

Textil-Hogar: innovación y exportación

El Textil-Hogar español exhibe una fuerza que se puede constatar en certámenes nacionales e internacionales donde las firmas que lo conforman dan gala de buena imagen y apuesta por la innovación. Destacados profesionales de este subsector ofrecen su valioso criterio en asuntos como la venta online, la exportación o la omnicanalidad, entre otros.

1 *Ya que el concepto "moda" no es suficiente para conseguir una facturación importante y estable, ¿puede ser la tecnología, los tejidos técnicos, los composites, el arma para dinamizar la rotación de artículos?*

2 *Exportar. ¿Cómo conjuga este verbo su empresa?*

3 *¿Cuál es su opinión sobre la venta vía online aplicada a nuestro sector?*

4 *La omnicanalidad,además de un término de moda, es una realidad palmaria. ¿De qué forma afronta su empresa este reto?*

Hace escasamente cinco años Feria Valencia, de la mano y el impulso de la patronal autonómica ATEVAL – Home Textiles From Spain, decidió articular un nuevo escenario ferial en el cual la industria de textiles para el hogar, tapicería y decoración volviera a tener en nuestro país una voz propia y un punto de encuentro anual. Los sectores productivos necesitan de un foro de negocio propio en el que reconocerse como tal, presentar novedades y tendencias e iniciar intercambios comerciales, más allá de la conectividad que nos ofrece actualmente la era digital. El 'face to face' y el factor humano es parte esencial de las transacciones comerciales y las ferias, hoy, aparecen más necesarias que nunca.

Tras años de crisis, el sector textil necesitaba volver a disponer de este foro y para ello decidimos recuperar la esencia de la mejor feria que el sector haya tenido jamás aunque con unos postulados totalmente nuevos y en una ubicación estratégica. Así nació la marca Home Textiles Premium by Textilhogar, una nueva feria más moderna, innovadora, volcada en las tendencias y presentación de novedades, en la que todos los expositores se presentaban de una forma homogénea y con una selección de compradores nacionales e internacionales llegados desde todas las partes del planeta.

Máximo Solaz
Director de Home Textiles Premium by Textilhogar

En 2015 celebrábamos nuestra primera edición en un escenario mágico como la Real Fábrica de Tapices de Madrid y, después del paso por otro recinto como Chamartín, desde 2017 nos hemos instalado en las vanguardistas instalaciones de Caja Mágica, también en Madrid. Un recinto moderno y cómodo en el que este año, del 11 al 13 de septiembre, esperamos recibir a cerca de 200 marcas de las mejores firmas del país en la que ya será la quinta edición de Home Textiles Premium by Textilhogar. ■

---

1 Son muchos los factores que intervienen; por supuesto, el estar al día es importantísimo: las tendencias (fibras naturales), los colores, los diseños... en este momento está cada vez más valorado el tema de la sostenibilidad: el obtener tejidos de materia prima reciclada, el conseguir bajar los ratios de consumo de agua, el aprovechamiento del agua ya empleada o el poder realizar el proceso de fabricación y distribución desde un mismo lugar. No se trata de vender un producto sino de dar un servicio, que el cliente valore la marca por lo que le aporta.

2 Estamos precisamente en un proceso de crecimiento con varios distribuidores en Europa y desde hace siete años contamos con una división de Contract en México, donde realizamos proyectos de decoración textil para hoteles, desde el inicio: diseño, fabricación del tejido, confección e instalación. Desde Cancún, donde está nuestra oficina central, damos servicio a todo el Caribe.

3 Está empezando a utilizarse, no es fácil a nivel de telas porque el cliente no entiende el concepto y necesita hacer cálculos antes de comprar el tejido (pongamos el ejemplo de una tela para una cortina: primero tenemos que saber el alto, ancho de la ventana, espacio a cubrir, repetición del dibujo, tipo de confección...). Es más simple vender producto terminado.

José Gancedo
Director de Compras y Operaciones de Tapicerías Gancedo

4 Se inició en la moda y es una estrategia imprescindible hoy en día dentro del mercado retail. Estamos precisamente en un proceso de cambio. Cambiamos nuestro "flagship" de Madrid (solo a dos manzanas en la misma calle) y ese cambio no es solo una mudanza sino una apuesta por las nuevas tecnologías, una forma de venta apoyada, por ejemplo, en unas tablets que cada vendedor va a utilizar en el momento de la venta con el cliente. ■

1 La demanda de textiles inteligentes es cada vez mayor, sobre todo en el sector "hospitality", donde es necesario el control de las prendas. Esto lo permite el sistema RFID, en el que Resuinsa ha sido empresa pionera. A grandes rasgos, este sistema ayuda a controlar la trazabilidad de los artículos y mejorar la experiencia de los huéspedes que se alojan en un hotel. Así pues, entre otras cosas, puede digitalizar la gestión de los artículos y controlar y saber dónde se encuentran en cada momento. También se puede conocer cuántos se han extraviado o sustraído. Además, como una de las preocupaciones del sector reside en las condiciones de lavado extremo de los textiles, el RFID permite conocer cuántos lavados registran.

Por todo ello, la innovación se ha convertido en un elemento esencial en los textiles. Como se ha explicado anteriormente, las ventajas son múltiples, ya que, además de tener en cuenta el diseño de las prendas, se incorpora la mejora a través de la tecnología que redunda en mayor calidad y ofrece un valor añadido.

Félix Martí
Director general de Resuinsa

2 Conjuga con trabajo en equipo, con calidad, con internacionalización, con I+D+i, con sostenibilidad. Y se ha traducido en que hemos duplicado nuestra facturación en cinco años. En Resuinsa trabajamos con más de 8.000 clientes repartidos en 115 países de los cinco continentes. El 45% de nuestro negocio anual se corresponde a ventas en el exterior; de hecho, la demanda de exportaciones ha supuesto un incremento del 38% de este año respecto al ejercicio anterior.

3 La venta online se ha convertido en un canal de venta más que se complementa con el resto. En Resuinsa contamos con una tienda online a través de la cual una persona puede adquirir nuestros productos desde cualquier parte del mundo. Este ecommerce está orientado al particular, aunque en Resuinsa nos dedicamos al sector "hospitality", del que somos expertos desde hace más de 40 años. Vimos que la experiencia del huésped en los hoteles es tan satisfactoria tras dormir en nuestros textiles, que quieren comprarlo para darles un uso en el hogar. Si bien es cierto que la ropa de hogar es muy distinta a la que se puede encontrar en un hotel; por ejemplo, nuestras toallas son muy esponjosas, de rápida absorción y con unas prestaciones que no encuentran en ningún establecimiento. Uno de los productos que más compran son las almohadas de las que recibimos emails de gente de todo el mundo contando lo bien que han descansado en ellas y queriendo adquirirlas.

4 Somos conscientes de que la omnicanalidad mejora la satisfacción del usuario siempre teniendo en cuenta los objetivos de negocio que nos hayamos planteado. Para nosotros, la forma en la que lo afrontamos es diferente, ya que nuestro cliente final está relacionado con hoteles y restaurantes. Pero también contamos con una tienda online en la que el cliente es el usuario particular.

Así pues, aunque la relación pueda cambiar en función de las necesidades y del público que se dirija a nosotros, siempre ofrecemos el mejor servicio y atención al cliente. Normalmente, los particulares se ponen en contacto vía online a través de nuestros canales propios (email y redes sociales, principalmente). Los hosteleros también emplean el email, pero se trabaja mucho más a través de canales comerciales más tradicionales en el ámbito offline. No obstante, desde Resuinsa la estrategia siempre es la misma para que la experiencia del cliente sea satisfactoria y cubra las necesidades del cliente que se pone en contacto con nosotros. ■

Heimtextil, en calidad de feria internacional líder de textiles para hogares y comercios, tiene una importancia muy especial para los miembros del sector internacional precisamente en estos tiempos marcados por los retos económicos. Con más de 3.000 expositores de 65 países, Heimtextil se presentó a principios de este año prácticamente con más fuerza que nunca. Un total de 125 empresas de España aprovecharon la oportunidad para presentarse ante los compradores internacionales en la feria líder global.

Por fin son muchas las empresas que han puesto su punto de mira en el progreso ecológico. Cada vez más productores de textiles para el hogar reconocen la importancia de pensar y actuar de forma sostenible. Por eso, en Heimtextil se pudo ver una serie de soluciones avanzadas, por ejemplo en el ámbito de reciclaje de botellas PET y el plástico de los océanos, así como en el uso de materiales naturales certificados. Por ejemplo, la empresa austriaca Vossen presentó en Heimtextil toallas veganas y, con ello tuvo un estreno mundial. También están cobrando un protagonismo cada vez mayor otros temas, como el microplástico y el consumo de agua en el sector textil.

Otro reto para el sector del interiorismo consiste en el cambio cada vez mayor que está experimentando el comercio. El aumento de las ventas por Internet y las cuotas de mercado cada vez mayores de los proveedores online están dificultando los esfuerzos de los minoristas con tienda física que intentan conservar su negocio en los centros urbanos. El comercio minorista especializado, pero también las galerías y los centros comerciales —es decir, el núcleo fundamental de nuestros grupos de visitantes— se ven sometidos a la presión de un comercio electrónico que no deja de crecer. Para muchos minoristas ha llegado el momento de replantearse sus modelos de negocio a la luz de la digitalización. En este sentido, el camino al éxito puede conducir igualmente hacia la prestación de servicios o hacia un diseño de alta calidad de las tiendas que convierta la compra en una auténtica experiencia para el cliente. Al mismo tiempo, los minoristas apuestan cada vez más por conceptos multicanal. Heimtextil ayuda a estos minoristas ofreciéndoles soluciones conceptuales innovadoras para el punto de venta e inspiraciones para crear modelos de negocio orientados a la experiencia del cliente.

Olaf Schmidt
Vicepresidente de Textiles y Tecnologías Textiles, Messe Frankfurt (Feria de Fráncfort)

Actualmente, ya está en marcha la planificación de Heimtextil 2020, que será la 50.ª edición de nuestra feria líder internacional. Nuestros diseñadores e investigadores de tendencias ya están trabajando intensamente en los preparativos, sobre todo en lo referente al gran campo temático de las tendencias en los textiles para el hogar. Ofreceremos una primera perspectiva sobre los nuevos temas a nuestros expositores y a todos los interesados en las tendencias con la publicación de nuestro libro de tendencias y una presentación a modo de anticipo a la que les invitaremos cordialmente en verano, previo anuncio de la fecha en nuestro sitio web.

1 En el caso de la lencería hotelera el planteamiento tecnológico es fundamental: estamos hablando de ropa que va a ser usada por muchísimas personas de manera continuada sometida a procesos de lavado extremos; por lo tanto, la calidad del producto es el primer condicionante, a lo que se suma la rentabilidad, la confortabilidad del cliente y, por supuesto, el diseño.

Todos estos condicionantes hacen que la innovación en este terreno sea tan importante. Vayoil Textil dispone de un departamento de I+D+I dentro de la compañía que se dedica a investigar y desarrollar nuevos productos textiles. Continuamente presentamos propuestas en este sentido con el objetivo de situarnos a la vanguardia y adelantarnos a las necesidades y sensibilidades del sector.

Tras el desarrollo de un proyecto de investigación la compañía ofrece toda una línea de edredones y almohadas antiácaros e hipoalergénicos al sector hotelero, tanto español como internacional, con los que trabaja. Esta línea de productos responde a la demanda de sus clientes, tanto hoteles como colectividades, entre los que se encuentran hospitales, centros de día, centros de mayores que necesitan incorporar este tipo de productos.

Los ácaros de polvo domestico son el alergólogo más común de los países desarrollados. Y es la primera causa de alergia en personas. Al constante estornudo y lagrimeo que provocan, en algunas ocasiones pueden desencadenar asma y eczema. Este tratamiento ayuda a disminuir los sistemas y reacciones alérgicas en personas en contacto con estos productos.

El tratamiento se basa en aceites naturales extraídos de plantas como el limón, la lavanda o el eucaliptus que forma el Gerniol, una sustancia activa que tiene un excelente resultado sobre los ácaros de polvo. Se trata, además, de un tratamiento ecológico registrado en Oeko Tex 100, certificado que también posee Vayoil Textil y que garantiza la ecología y ausencia de productos nocivos para la salud en sus prendas. El tratamiento está totalmente libre de microcapsulas químicas y no contiene ni pesticidas

María José Esteve
Directora de Comunicación de Vayoil Textil

tradicionales ni disolventes químicos. Es además un producto biodegradable que mantiene sus propiedades después de muchos lavados.

Actualmente nos encontramos probando cosmotextiles, es decir, la posibilidad de incorporar propiedades especiales a los textiles ya sean aromáticas (fragancia a rosa, jazmín, lavanda) o del cuidado de la piel (vitamina (A, C, B, E), colágeno, aceite de Argán, neutralizador de olor) a través de la microencapsulación.

También trabajamos en el campo de la biotecnología con el objetivo de desarrollar técnicas que, aplicadas a los procesos textiles den un valor añadido a las prendas. Somos conscientes de la importancia de unas prendas que están en contacto directo con la piel de los huéspedes que se alojan en los hoteles.

Hoy en día tenemos que hacer hincapié, y no solo por competitividad sino por conciencia medioambiental, en la tendencia cada vez mayor de integrar los hoteles y las empresas en un proceso de economía circular. Esto lo traducimos en Vayoil, entre otras cosas, en el uso de materias que provienen de plástico reciclado (caso de las prendas con fibras de poliéster) o materias naturales de cultivo orgánico.

En este sentido hemos desarrollado un nuevo concepto: la “Cama Sostenible”. Es un concepto que logra que innovación y sostenibilidad vayan de la mano. Las sábanas de la misma están elaboradas en algodón orgánico, un algodón que se cultiva utilizando métodos y materiales responsables que tienen un bajo impacto en el medio ambiente. Los cultivos no son tratados con pesticidas, insecticidas o herbicidas. Estas toxinas son dañinas

para los agricultores y trabajadores, para nosotros como consumidores y para los ecosistemas silvestres. Una fibra llena de beneficios para el usuario que vive toda una experiencia en el contacto de este producto con la piel.

El edredón de esta cama es un nuevo producto de la Línea Ocean, línea que lanzó el pasado año de productos textiles elaborados con fibras procedentes de plásticos reciclados de botellas recuperadas de mares y océanos, y que cada vez va ampliando su cartera de productos. Con 35 botellas recicladas la compañía desarrolla una almohada y con 55 una manta polar.

El lino es otro de los protagonistas de esta cama. Se trata de la fibra natural más antigua conocida por el hombre. Su origen vegetal hace que los tejidos construidos con lino cuando acaban su vida útil se descompongan en un periodo de tiempo muy inferior a otras fibras y, si se queman, el humo emitido no es contaminante. Es además una fibra reciclable e ideal para fines dermatológicos, así como un aliado perfecto para dar un punto de exclusividad a la habitación o restaurante.

2 Vayoil Textil lleva la exportación en su propio ADN: nuestro producto no tiene fronteras al igual que nuestros clientes que son hoteles de todo el mundo. El plan estratégico de la compañía pasa por reforzar su presencia internacional. Vayoil ha duplicado su facturación exterior en los últimos años, hasta suponer el 20 por ciento del total, y el objetivo es que se sitúe entre el 30 y el 40 por ciento en 2020.

En lo que respecta al mercado internacional la compañía dispone de varias filiales en diferentes mercados/delegaciones donde podemos dotar de producto textil a cadenas españolas con presencia en estos países, cadenas internacionales y a hoteles locales.

En el mercado europeo la compañía dispone de más de 200 clientes repartidos en diversos países. En el continente africano ha desarrollado proyectos en países como Túnez, Marruecos, Guinea Ecuatorial o Gabón.

La compañía esta desarrollando una activa labor comercial en todos los mercados, tanto a través de personal interno como de agentes exclusivos y otros multimarca.

3 Nos parece una alternativa a tener en cuenta siempre con un plan estratégico claro, dado que nuestro producto no se dirige al consumidor final y por las características del mismo.

4 En Vayoil Textil tratamos de dar respuesta a cualquier consulta que entra por cualquiera de los canales que en la empresa tenemos habilitados. La tendencia es que todas las empresas tengamos cada vez más canales con el objetivo de mantener una relación con los clientes duradera y que pueda ir adaptándose al medio que mejor le convenga al cliente. Esto ayuda a mejorar la experiencia del cliente. Para ello, es necesario trabajar para coordinar a todas las partes implicadas, de manera que la respuesta al cliente sea una sola, aunque detrás haya varias áreas de la empresa interactuando. ■

---

1 La innovación en tejidos y tecnológicas aplicadas a nuestro sector es necesaria en nuestras empresas porque solo presentando algo innovador podemos despertar el interés del consumidor. Ofrecer un producto que tenga unas cualidades que superen las existentes a un precio razonable es claramente una buena fórmula para alcanzar el éxito.

Ahora bien, para conseguir una facturación importante y estable necesitaremos de un gran distribuidor que nos garantice un volumen de un mismo producto y donde se puedan introducir las ultimas tecnologías en automatización. Con volumen y automatización se puede ser muy competitivo.

Con el nivel de competividad adecuado es cuando nos podemos enfrentar a la entrada masiva de productos asiáticos.

2 Muy bien, la exportación es marca de la casa porque lo venimos haciendo desde los años 70. A dia de hoy el 80% de nuestra facturación va dirigida a mercados exteriores. Pero tambien me gustaría añadir que las dificultades con las que nos encontramos a la hora de exportar -y no me refiero solo al tema arancelario- contrasta con la facilidad que nuestros competidores asiáticos encuentran a la hora de introducir sus productos en el mercado europeo.

Samuel Gramaje Revert
Presidente del Consejo de Administración de Textiles Mora

3 En Europa la venta on line ha sustituido a la venta por catalogo que viene a ser parecido aunque con distinto soporte. En algunos países este canal de venta representa casi el 30% del mercado de textiles para el hogar. En España aun no se ha llegado a este peso pero sin duda alguna la venta on line es un canal en pleno crecimiento.

4 Estar presente en todos los canales de venta es hoy una necesidad porque los consumidores no eligen un canal u otro en función de su clase social o estatus económico. El consumidor hoy busca su conveniencia, y que puede resultar ser económica o de cercanía o de horario, etc..

Si se trabaja con la marca del distribuidor no hay problema, pero si tu objetivo es crear o conservar una marca sí que hay que tener más cuidado y elegir bien los canales que mas te convengan y cuiden tu producto. ■

1 Puede ser, las novedades, lo diferencial siempre aporta rotación pero el mercado no quiere mas "engaños", quiere comprar algo mejor si de verdad es mejor: se ha vendido tecnología, tejidos técnicos que eran solo marketing, que aportaban muy poco o nada a los tejidos y el cliente ya no cree en la magia y no está dispuesto a pagar por algo que no recibe, acepta pagar más por algo si de verdad comprueba su mejora.

2 Somos una empresa donde la crisis del 2008 nos pilló con el paso cambiado. Nuestras intenciones eran entonces centrarnos en mucha más profundidad de catálogo; para ello incorporamos a Manterol empresas como Duvedecor, especialistas en nórdicos y cama y Linera, especialistas en sábanas y fundas nórdicas para así tener un completísimo abanico de todos los artículos del hogar; y en distribución, sobre todo en distribución propia

José Luis Terol
Ingeniero textil de Manterol

en el mercado nacional abriendo tiendas propias y con acuerdos con nuestros clientes y tuvimos que pagar un precio alto por ello debido al parón en ventas ocasionado por la crisis, que fue un auténtico terremoto. Hemos tenido que volver a mirar con mucho interés el mercado de la exportación, donde somos muy reconocidos como marca en el textil hogar en muchos países y hemos cambiado la tendencia aumentando año tras año nuestro porcentaje de exportación, ya que el nivel del mercado nacional sigue deprimido y no parece mejorar de momento.

3 El sector textil hogar, si bien no es de los punteros en la venta online, por supuesto que va avanzando y aumentando en dobles dígitos su crecimiento anual; es algo imparable y que encontrará su equilibrio en un momento determinado y que solo el mercado dirá.

4 Con todas las precauciones que requiere, es un equilibrio muy difícil pero necesario, pues es inviable negar la omnicanalidad y hay que intentar dar a cada canal lo que necesita y sea de mayor rentabilidad. En nuestra empresa encontramos familias de productos que solo sirven para un canal excluyendo otros y artículos que sí que se pueden ofrecer en común. ■

1 Dar valor al producto apostando por la calidad y buscando rentabilidad de margen, con una buena relación calidad precio y un servicio competitivo ademas de una apuesta diferenciada de diseño mas potente y la correcta elección de dónde y cómo venderlo, aportando al mercado un "packaging" atractivo y que sea responsable con el medio ambiente; si además somos capaces de ofrecer una alternativa de cómo exponerlo correctamente en el punto de venta y saber coordinarlo para provocar ventas cruzadas y así impulsar las ventas por impulso.

2 En nuestro caso apostamos por el mercado nacional, no exportamos y no lo tenemos previsto a corto plazo.

Senén Pastor
Director comercial de Tejidos Reina

3 Es un nuevo canal de venta que cada día coge mas relevancia. En nuestro caso lo tenemos muy claro y estamos desarrollando nuevas alternativas para mejorar en todos los aspectos que implican este nuevo concepto, tanto a nivel logístico como en recursos de todo tipo; es un canal muy atractivo y cada día mas habitual como nueva cultura de compra cada vez mas generalizada.

4 Por el momento, al ser una empresa pequeña no atendemos la omnicanalidad, no vendemos por nuestra web propia solo la tenemos a nivel de presentación, lo que vendemos por web es a través de los "market place" como Privalia, Amazon y demás. ■

La Asociación de Empresarios Textiles de la Comunidad Valenciana ATEVAL a través de su departamento de Promoción Comercial y de su Comité "Home Textiles from Spain", apoya e impulsa la Internacionalización de las empresas textiles valencianas y del Textil-Hogar español en su conjunto.

El sector Textil-Hogar afronta con optimismo la evolución positiva de su coyuntura económica gracias a la actividad internacional que sigue creciendo año tras año permitiendo al sector consolidarse en los mercados tradicionales y posicionarse con más fuerza en los países emergentes.

Como sector dinámico, el Textil-Hogar Español facturó en el año 2018 más de 2.135 millones de euros de los cuales exporto el 70% de su producción a más de 100 países en todo el mundo.

El Textil-Hogar español ha tenido una evolución importante puesto que, además de consolidarse y posicionarse en el mercado nacional, ha tenido que ir mucho más allá buscando nuevos nichos de mercado y apostando por la Internacionalización como una necesidad para sobrevivir. Esto ha llevado al textil a afrontar otros retos como la mejora de su competitividad para obtener ventajas de diferenciación apostando por la calidad, la innovación y el diseño para hacerse un hueco entre sus principales competidores. En la actualidad el sector Textil-Hogar transmite imagen de marca y modernidad, factores que han generado confianza entre los clientes y consumidores que se decantan cada vez más por los artículos provenientes de la Unión Europea en detrimento de los artículos fabricados en Asia.

Leila Bachetarzi Alamar
Directora de Internacionalización y Promoción Comercial en ATEVAL y Home Textiles from Spain

Otro factor que ha ayudado al sector a diversificarse son los canales de comercialización: no solo se vende al importador, distribuidor, tiendas o cadenas de tiendas; el sector Textil-Hogar ha evolucionado del mercado residencial al segmento del Contract (grandes instalaciones, hoteles, teatros, salas de cine, de congresos, etc.), ofreciendo sus artículos a prescriptores, decoradores e interioristas. Y el sector está encaminado a unirse cada vez más al mundo de la decoración en su término más amplio, puesto que el consumidor está pasando de una compra planificada a una compra por impulso en busca de más elementos de decoración que hagan más placentera su forma de vida.

ATEVAL contribuye a fomentar el esfuerzo empresarial apoyando al sector desde su área de Promoción Comercial e Internacionalización, a través de los Planes Sectoriales que coordinamos con ayudas de ICEX y de IVACE Internacional. La patronal textil coordina multitud de acciones promocionales destinadas a apoyar la Internacionalización del sector y consolidar la presencia de nuestras empresas en diversos mercados, tanto europeos como emergentes. Entre las actividades más destacadas, citamos las ferias del sector que se celebran en Alemania (Heimtextil), en Francia (Paris Deco Off), en Colombia (Colombiatex), en Milán (Proposte) en Turquía (Evteks) y en Japón (Interior Lifestyle Tokyo).

Asimismo, en este año 2019, se celebra la quinta edición de la Feria Home Textiles Premium by Textil-Hogar, que tendrá lugar del 11 al 13 de septiembre en La Caja Mágica en Madrid, con la participación de las empresas más representativas del sector Textil-Hogar. El certamen recibirá la visita de compradores nacionales procedentes de todas las Comunidades Autónomas, así como de compradores, prescriptores y prensa internacional que acudirán de más de 40 países en el marco de las Misiones Inversas y los encuentros B2B organizados por ATEVAL-Home Textiles from Spain.

ATEVAL sigue trabajando día a día apostando por la diversificación, innovación e internacionalización como factores claves y de éxito para el posicionamiento del sector Textil-Hogar en los mercados internacionales.

El evento se ha celebrado en La Pedrera, en Barcelona, y ha reunido a más de 250 representantes

Amec propone respuestas para la industria internacionalizada

amec ha celebrado su 50 aniversario en un acto en la Pedrera, en Barcelona, al que han asistido más de 250 representantes de la industria internacionalizada. Durante el acto se ha tratado de la mano de sus protagonistas y expertos la trayectoria de las empresas en su internacionalización durante estos 50 años, los grandes retos en el presente y los escenarios de futuro.

La ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, inauguró la sesión detallando las medidas del Plan Bienal 2019-2020 dentro de la Estrategia de Internacionalización (2017-2027) para facilitar acceso a nuevos mercados y la integración de las Pymes en las cadenas de valor globales.

Maroto ha indicado que entre las debilidades del modelo productivo español se encuentran "el reducido peso de las empresas exportadoras y su poco tamaño", a la vez que ha indicado que "en contenido tecnológico también hay ámbito de mejora". Para ello el plan bienal "se focaliza en las pymes y la exportación, favoreciendo la diversificación de mercados y la modernización de los instrumentos de apoyo como el Fiem, y de Cesce y Cofides".

CAMBIO SISTÉMICO

El presidente de amec, Pere Relats, ha explicado que se está produciendo un "cambio sistémico en toda regla", en el que "las empresas lejos de asustarnos debemos plantearnos como un reto apasionante que debemos afrontar". Se trata de un momento de ralentización del comercio mundial fruto de un aumento del proteccionismo, de fuerte discusión del liderazgo estadounidense por parte de China, con la salida del Reino Unido de la Unión Europea y el cuestionamiento del funcionamiento de la propia OMC.

A ello se suma la aceleración de la revolución tecnológica que impacta muy en especial a los modelos de negocio y el hecho de que la sociedad está poniendo condiciones al desarrollo y al crecimiento, tal y como se recoge en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

El entorno exige a las empresas "identificar adecuadamente los cambios a través de la prospectiva" y construir "de forma permanente y prioritaria nuevas organizaciones flexibles, con estructuras adaptables y desarrollando nuevas competencias en los equipos teniendo como activo clave el talento".

El presidente de amec ha reclamado a las administraciones que garanticen entornos favorables al desarrollo de la actividad empresarial. "Si no actúan, o actúan de forma desacertada, perderemos competitividad relativa con nuestros competidores, y eso quizás sea irreversible" con consecuencias negativas "no solo para el sector empresarial, sino para el conjunto de la economía y la sociedad".

"En estos momentos la industria y la internacionalización requieren, más que nunca, políticas de estado. La complejidad requiere potenciar aun más el diálogo con los agentes sociales, poniendo la industria en el centro, como elemento clave para la generación de riqueza, de sostenibilidad territorial y demográfica", ha afirmado.

Para ello, ha indicado que "se requiere perspectiva, visión a largo y actuaciones a corto. Actuaciones posibilistas, imaginativas y dotadas presupuestariamente". Asimismo, ha pedido que se actúe "con rigor, lo que requiere alineamiento, prescindir de protagonismos y aplicar método y mucha comunicación y

2ª Jornada
Industria textil y sostenibilidad

FECHA: viernes 7 de junio de 2019
LUGAR: Sala de actos de la ESEIAAT. C/ Colom, 1. 08222-Terrassa
ORGANIZA: Institut d'Investigació Tèxtil i Cooperació Industrial de Terrassa. Universitat Politècnica de Catalunya.

PROGRAMA DE LA JORNADA

8.30 - 9.15 h. Recepción, acreditación y entrega de documentación

9.15 - 9.45 h. Inauguración de la Jornada
- Alfredo Vega. *Alcalde de Terrassa*
- Gabriel Bugeda. *Vicerrector de Política Científica de la UPC*
- Matilde Villaroya. *Directora General de Industria. Generalitat de Catalunya.*
- Enric Carrera. *Director del INTEXTER*

9.45 - 10.15 h. Retos y oportunidades del reciclaje textil
- Enric Carrera. Director del INTEXTER (UPC)
- Xavier Casas. Director de la Asociación Eco INSERCIO

10.15 - 10.45 h. Sostenibilidad y economía circular. Una oportunidad para incrementar la competitividad de la Industria textil
- Josep Casamada. *AEI Tèxtils.*

10.45 - 11.15 h. Proyectos sostenibilistas del INTEXTER. Presentación de Pósters
- *Algodonización del Cáñamo.* I. Algaba, F. Cano, D. Cayuela, M. Lis, A. Manich (CSIC), G. Mijas, P. Picado, R. Prieto, J. A. Tornero, M. Candeal, A. Dallmann, M. Rafael
- *Circularidad textil para la obtención de un hilado a partir de fibra procedente de ropa usada.* Masias Maquinaria: P. Masias, M. Surroca, N. Reixac; INTEXTER: F. Cano, E. Carrera, D. Cayuela, P. Picado, M. Riba-Moliner, J. A. Tornero
- *Optimización del tratamiento de aguas residuales textiles mediante la combinación de técnicas biológicas y de membrana.* Xuefei Yang¸ Ribera-Pi,J., López-Grimau, V., Vilaseca,M., Crespi, M., Martínez-Lladó, X., Calderer, M.
- *Uso de coagulantes naturales para el tratamiento de efluentes residuales de blanqueo textil.* Salas,H., Gutiérrez-Bouzán,C., Lopez-Grimau,V., Vilaseca, M.
- *Valorización de un resíduo biogénico para la obtención de nuevos materiales más respetuosos con el medio ambiente.* Casadesús M., Álvarez del Castillo, M.D., Garrido, N., Molins, G., Macanás, J., Cañavate, F. J., Colom, X., Carrillo, F.
- *Morpheos: mejora de la sostenibilidad del e-comercio textil.* Tornero, J.A., Domenech,M.C., Cano,F., Fresno, J.

11.15- 11.45 h. Pausa-café

11.45-12.15 h. *Certificación Cradle to Cradle para productos textiles.*
Aglaia Gómez. *Dirección de proyectos Cradle to Cradle CertifiedTM para los sectores moda y textil. Eco Intelligent Growth*

12.15-12.45 h. Al hilo de la sostenibilidad: el Sistema Recover
- Francisco Salas. *Hilaturas Ferre.*

12.45-13.15. Cerrar el ciclo en la tienda
- Nuria Ramírez. *Departamento de Sostenibilidad de H & M*

13.15 - 13.45. Larga vida al Denim
- Núria Nubiola. *Back to Eco*

13.45 – 14.00. Clausura de la Jornada
- Josep Fuster. Vicepresidente del Patronato del *INTEXTER*
- Xavier Roca. Director *la Escuela Superior de Ingenierías Industrial, Aeroespacial y Audiovisual de Terrassa. UPC*

Medio colaborador Noticiero Textil

Inscripciones:
https://bit.ly/2DXKVtN

transparencia. Es necesario determinar objetivos claros y medibles, dotación presupuestaria acorde, disponer de un sistema de gobernanza con autoridad, y evaluar de forma independiente".

La salida del Reino Unido de la Unión Europea puede dar una mayor relevancia a España, "una ventana de oportunidad para potenciar posiciones de consenso comunitarias sobre industria y sobre su importancia en el modelo europeo", para lo que hay que "actuar de forma alineada, compartiendo objetivos generales, no mirándonos en exceso el ombligo y colaborando para conseguirlos".

Reyes Maroto, ministra de Industria, Comercio y Turismo

TRES VALORES

Relats ha remarcado los tres valores que han estado presentes en amec a lo largo de estos 50 años y que seguirán marcando la asociación: "responsabilidad, humildad y autoexigencia". Ante las dificultades, las empresas industriales internacionalizadas, las empresas de amec, "nuestro gen de visionarios, nuestro rigor y nuestro esfuerzo serán la mejor garantía para salir reforzados y seguir escribiendo una historia tan bonita como es amec".

El doctor Juan Tugores, catedrático en Ciencias Económicas y especialista en Economía Internacional, ha explicado que las transiciones con incertidumbre han sido una constante en la historia, si bien la actual con la 4a Revolución Industrial se produce ahora con mayor magnitud, velocidad y alcance.

Al mismo tiempo, detrás de la guerra comercial se encuentra una pugna por la hegemonía: "China la perdió con la primera revolución industrial, ahora la quiere recuperar con la cuarta", con lo que "se producen grandes interacciones entre vertientes económicas, sociopolíticas y geoestratégicas". Para Tugores el reto se encuentra en preservar la globalización pero corrigiendo los efectos colaterales de la hiperglobalización, mediante compromisos efectivos en inclusividad, medio ambiente y cooperación internacional.

El director general de amec, Joan Tristany, ha destacado algunos de los principales hitos de la asociación, y cómo ésta, mediante su carácter innovador, ha ido "reimaginando la internacionalización", dando respuesta en cada momento para alcanzar logros relevantes e inéditos.

Algunos ejemplos son la primera implantación en China con la creación de una Oficina de Representación, la primera representación conjunta de empresas españolas en Estados Unidos en 1986 con el consorcio Spainpack, la mejor experiencia de consorcio de España creada por un grupo de empresas de amec como fue COFME, la promoción de la candidatura de la feria ITMA en Barcelona, la creación del Índice de Solidez de la Internacionalización (ISI), así como la fusión de empresas para ganar competitividad.

Tal y como ha explicado, en amec, "el altruismo y el convencimiento de que cuantas más empresas exportasen mejor para todos, sumada a la imposibilidad de afrontar algunos retos de forma individual, fue la base de esta cultura colaborativa".

La Consejera de Empresa y Conocimiento, Maria Àngels Chacón, que ha inaugurado la exposición 50 años de transformación, 50 años reimaginando la internacionalización ha destacado el buen funcionamiento de la colaboración público-privada en favor de la internacionalización de la economía, y ha puesto como ejemplos la Oficina Técnica de Barreras a la Internacionalización y el Plan de Contingencia para paliar los efectos del Brexit. ■

Imagen de los principales protagonistas de la Jornada

Texfor reclama un pacto de Estado para reforzar a la industria textil frente a los retos del sector

La Confederación de la Industria Textil (TEXFOR) ha celebrado en Sabadell (Barcelona) la 8ª Asamblea General en la que se ha presentado la memoria de actividades de 2018 y han sido aprobados los presupuestos destinados al año en curso. El evento ha estado marcado por los retos a los que se enfrenta el sector y para los que se ha reclamado un Pacto de Estado para la Industria con el objetivo de robustecer el sector textil a medio y largo plazo.

Al acto ha acudido una nutrida representación del empresariado textil español además del presidente de la entidad, Josep Moré, y del vicepresidente del Consejo Intertextil Español, Manuel Díaz, entre otros.

El director general de Industria y PYME, Galo Gutiérrez Monzones, ha protagonizado la clausura del evento con la conferencia "La industria, motor de Crecimiento futuro y Sostenible". Durante su intervención, Gutiérrez ha esbozado las líneas generales de la política industrial del Gobierno y ha destacado algunos de los principales retos del sector.

"Hay que atender la digitalización, las distintas regulaciones, los precios energéticos y el I+D+i", ha explicado. Todo ello poniendo en marcha planes para adecuar la formación de los trabajadores "a las necesidades de la industria" y estableciendo una "mesa de impulso y seguimiento" para el conjunto de medidas del sector. Y es que el textil es una parte fundamental de la industria, "aquella que genera valor añadido", ha apostillado.

Posteriormente, se ha realizado una visita a la fábrica de Textil Ortiz donde el responsable de Industria ha recorrido las instalaciones y unidades productivas de la empresa acompañado de su director general Abel Ortiz y ha conocido de primera mano las necesidades operativas del sector.

Se realizó una visita a la fábrica de Textil Ortiz

PACTO DE ESTADO PARA EL SECTOR

Por su parte el presidente de Texfor ha puesto en valor las necesidades del sector en el actual contexto de cambios, cuando "nuestra industria necesita todo el apoyo". Para afrontar los diversos retos tecnológicos a los que hay que dar respuesta a corto plazo como la digitalización o la economía circular, ha subrayado la necesidad de implementar "políticas industriales activas" que ayuden las empresas a adaptarse a los nuevos escenarios. "La industria, también la textil, tiene un valor estratégico y es importante que acompañemos a nuestras empresas", ha añadido.

"Especialmente en la economía circular tenemos varios temas de los que ocuparnos: la responsabilidad extendida del fabricante, el procesamiento de materiales reciclados, los microplásticos, los productos químicos, la colaboración de toda la cadena de valor entre otros, son temas que se deben tratar para que la nueva regulación sea favorable a los intereses de nuestro sector", ha proseguido Moré.

El máximo responsable de Texfor ha profundizado sobre los retos asociados a la digitalización y la industria 4.0, para los que la competitividad se convierte todavía más en un factor decisivo. "Las empresas o son digitales o no serán", ha pronosticado Moré, quien también ha destacado que la digitalización debe llegar por igual "a todos".

También ha puesto especial hincapié en fortalecer las opciones formativas para que el sector siga desarrollándose, tanto en la vertiente "específica de nuestro sector, apoyando la ingeniería, la FP y la formación continua, como de las nuevas habilidades y competencias requeridas". En este sentido, prestigiar el textil para atraer nuevo talento joven es un objetivo prioritario.

"Lo que pedimos para el textil es un Pacto de Estado por la Industria, una nueva política industrial adaptada al nuevo contexto y realidad de las empresas y la ansiada agenda sectorial que contempla diferentes iniciativas para apoyar a nuestra industria", ha proseguido Moré. Por último, ha recordado que las empresas también necesitan apoyo para "la inversión en maquinaria: la renovación del parque industrial es prioritaria para nuestra industria".

3.783 EMPRESAS Y MÁS DE 47.000 TRABAJADORES

En esta coyuntura de transición y de incertidumbre económica, con una contracción en el consumo y una ralentización de la actividad económica, el textil ha mostrado su fortaleza con un crecimiento del 5% en el número de empresas pertenecientes al sector. En total el sector está representado por 3.783 empresas, siendo el 97% de ellas micro empresas y pymes. ■

En la imagen, los principales protagonistas de la reunión

El Consejo Intertextil Español se reúne con UGT FICA

El presidente, Càndid Penalba, el vicepresidente Manu Díaz, el secretario general Felipe Carrasco y el gerente José Vicente Serna del Consejo Intertextil Español (CIE) se han reunido en la sede de UGT FICA (Federación de Industria, Construcción y Agro) en Madrid para exponer la situación y las preocupaciones sobre el impacto muy negativo -tanto en empleo como en la actividad económica industrial- que puede provocar la actual negociación de las reglas de origen en el acuerdo Paneuromediterráneo.

Pedro Luis Hojas, secretario general, y José Carlos Ruiz, secretario sectorial Químico, Textil y Artes Gráficas, de UGT FICA, han acordado junto con la Patronal Textil desarrollar acciones conjuntas a nivel europeo en defensa de los intereses del empleo textil español y de la industria textil europea en relación al acuerdo Paneuromediterráneo.

"Desde el Consejo Intertextil apoyamos el acuerdo Paneuromediterráneo. Creemos que unas reglas de origen modernizadas y adaptadas a la nueva realidad pueden impulsar los intercambios comerciales entre los diferentes socios de la zona", subrayan.

"El impacto para la industria textil es claro y directo, motivo por el cual nuestra entidad no puede apoyar la finalización de las negociaciones a cualquier precio. La concesión de derogaciones permitiendo una transformación única va en contra de nuestros principios e intereses, ya que provocaría un incremento de importaciones de tejidos de países proveedores de fuera de la Unión Europea y, seguramente, una extinción de parte de nuestra industria", concluye el comunicado. ■

El textil español urge a la Comisión Europea defender a su industria

El Consejo Intertextil Español (CIE) ha manifestado a la Secretaría de Estado de Comercio y a la Comisión Europea (CE) su preocupación ante la actual negociación de las reglas de origen en la convención Paneuromediterránea y cuyos acuerdos se pretenden cerrar en breve después de casi una década de negociaciones.

La patronal textil, apoyada por su homóloga europea Euratex, ha recordado a las autoridades la necesidad de defender a la industria modernizando las reglas de origen y evitando la concesión de flexibilidades reclamadas por Marruecos, Túnez, Líbano y Egipto, cuyas consecuencias supondrían la posible extinción de parte de la industria española.

LIDERAZGO DE ESPAÑA

La importancia de las relaciones comerciales con los países del Mediterráneo es de interés estratégico para nuestra economía y para el conjunto de la UE. Así las cosas, Marruecos es el primer destino de las exportaciones españolas del textil representando casi el 25% del total.

Por otra parte, el conjunto de las importaciones de estos cuatro países representa el 5% del total de las compras al exterior. Y en términos europeos, se estima que casi un 20% de los intercambios comerciales del textil y de la confección con estos países los realiza España.

"A tenor de estas cifras, cualquier concesión o flexibilización en las reglas de origen no cumpliría con la misión del acuerdo, que es lograr la complementariedad industrial e impulsar los intercambios comerciales entre los diferentes socios de la zona. En cambio, alentaría las compras de tejidos a terceros países con consecuencias inasumibles para nuestra industria", subrayan desde el CIE. ■

eDelivery Barcelona

expo & congress //B2B

26-28 JUNIO 2019

Recinto de Montjuïc
Plaza España
Fira de Barcelona

El mayor encuentro sobre las claves del **e-Commerce**, la **entrega** y el **multicanal**

+50 expositores

+4.000 visitantes

+75 speakers

ACCEDA AL VÍDEO RELACIONADO CON EL CONTENIDO

Se celebra en paralelo con:

SILBARCELONA expo & congress //B2B

XXXVI CONGRESO ALACAT

ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE OPERADORES ECONÓMICOS AUTORIZADOS ADUANEROS Y LOGÍSTICOS

Organizado por:

elCONSORCI barcelona ZONA FRANCA

Entidad formada por:

Ajuntament de Barcelona

www.edeliverybarcelona.com

El sector textil apuesta por el autoconsumo

El sector textil en la Comunidad Valenciana se une a la tendencia que abanderan varias empresas en la región con el uso de las energías renovables para autoconsumo. Una medida impulsada por las instituciones públicas que buscan revolucionar la industria valenciana con este modelo energético.

Para tratar las ventajas y las diferentes soluciones que las empresas del sector pueden tomar en materia energética, la sede de la Asociación de Empresarios del Textil de la Comunidad Valenciana, ATEVAL, acogió la jornada 'Uso de la energía en la empresa: eficiencia energética y autoconsumo'.

El acto comenzó con la bienvenida de León Grau, presidente de la comisión de Innovación de ATEVAL. Grau mostró la importancia de gestionar la energía en empresas como las textiles, de gran consumo, y manifestó la necesidad de apostar por las energías verdes.

Tras él, la directora del IVACE, Júlia Company, mostró la apuesta que desde la Generalitat se está haciendo en materia de energía. Company manifestó que se trabaja hacia "un cambio de modelo basado sobre todo en dos aspectos: la eficiencia energética, puesto que la mejor energía es la que no se consume, y el autoconsumo, para el que tenemos una línea de ayudas y estamos trabajando para que se impulse también desde las administraciones locales", finalizó la directora general.

La instalación fotovoltaica para autoconsumo más grande del país, instalada en las naves del fabricante y distribuidor de productos textiles para la decoración y moda TexAthenea, sirvió como introducción de la ponencia 'El autonconsumo fotovoltaico' a cargo de Luis Navarro, gerente de Cubierta Solar.

La sede de Ateval acogió la Jornada

Esta instalación tiene una potencia nominal de 2,22Mwp y alcanza los 2,77 Mwp de potencia pico. Sus dimensiones son similares a cuatro campos de fútbol y generará más de 4 millones de kwh al año, lo que equivale al consumo de 500 hogares al año.

"La apuesta del sector textil, la segunda industria más contaminante del mundo, por las renovables es una apuesta por nuestro futuro por el medio ambiente. TexAthenea logrará con su instalación evitar la emisión de 1.480 toneladas de CO2 a la atmosfera, el equivalente a más de 130.000 árboles absorbiendo CO2; además de los beneficios económicos en términos de ahorro de consumo", comentó Luis Navarro.

El evento acogió diferentes ponencias

"El autoconsumo en la Comunidad Valenciana, que posee uno de los mayores índices de radiación solar de Europa, es una realidad con múltiples ventajas. El sol es un recurso infinito que debemos aprovechar y ahora es el momento, tras las nuevas políticas de la Generalitat y la derogación del impuesto al sol. Debemos construir empresas responsables socialmente que apuesten por este nuevo modelo energético", concluyó el generante de Cubierta Solar.

La jornada continuó con la intervención de Francisco González de Evolutia, que trató 'La excelencia en el uso de la energía en la empresa el Plan Director Estratégico de Gestión de la Energía', e hizo hincapié en la importancia de que las empresas sean eficientes. Por último, Ascensio Asencio de Compras58, habló sobre la gestión de compras. ■

Icex muestra en una jornada oportunidades de negocio en Estados Unidos

Estados Unidos continúa siendo el principal receptor de inversión extranjera del mundo y un destino estratégico para los flujos de capital españoles. El país norteamericano mantiene su atractivo gracias, entre otros factores, al gran tamaño de su mercado -y su amplia base de consumidores-, la mejora de su rendimiento económico, su gran nivel de competitividad, un buen clima de negocios y una nueva tasa impositiva más baja.

En la imagen, los principales protagonistas de la Jornada

Consciente de la importancia que representa la primera potencia mundial para los intereses empresariales e inversores de nuestro país, ICEX España Exportación e Inversiones y el Servicio de Comercio Exterior de la Embajada de EE.UU. en España han organizado en Madrid un programa singular enfocado a facilitar el contacto directo entre compañías españolas y las Oficinas Económicas y de Desarrollo (EDO) de distintos Estados, socios clave en el éxito de cualquier iniciativa o aventura empresarial en Estados Unidos.

En el transcurso de la jornada, cada empresa inscrita ha tenido la oportunidad de entrevistarse de forma bilateral con los representantes de las Oficinas de los Estados de Colorado, Florida, Georgia, Iowa, Illinois, Indiana, Kentucky, Ohio, Carolina del Sur, Tennessee, Virginia, Maryland, Nueva Jersey, Pensilvania y Virginia Occidental, para estudiar de forma particular su proyecto de inversión.

Las firmas participantes también han tenido la oportunidad de obtener asesoramiento por parte de una mesa de expertos en financiación internacional, compuesta por miembros de la Subdirección General de Fomento Financiero a la Internacionalización, la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES) e ICEX.

Además de las reuniones bilaterales, el programa ha incluido una bienvenida a cargo de los organizadores del evento y dos sesiones: la primera dedicada a visados de inversión, presentada por la Embajada estadounidense; y una segunda enfocada a oportunidades de negocio en Virginia, dirigida por la representante de dicho Estado.

¿POR QUÉ ESTADOS UNIDOS?

EE.UU. sigue liderando la captación de inversión extranjera directa en el mundo. En 2017, según datos de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), el mayor centro financiero internacional atrajo 275.381 millones de dólares (245.315 millones de euros, aproximadamente, al cambio actual) en concepto de IED. Por regiones, la UE 28 es, con diferencia, el mayor inversor en Estados Unidos, representando el 67,8 % de la inversión foránea en este mercado.

Por su parte, los datos de la Oficina de Análisis Económico (Bureau of Economic Analysis, BEA), la agencia del Departamento de Comercio de Estados Unidos que provee estadísticas económicas, la posición inversora de España en el país ascendió a 74.716 millones de dólares (66.560 millones de euros) en 2017, frente a los 68.897 millones del curso anterior (61.365 millones de euros), lo que supone un incremento del 8,4 %. El registro supone, además, adelantar seis puestos en el ranking para situar a nuestro país como undécimo inversor.

De este modo, EE.UU. constituye una plaza capital para la inversión española, destacando como el primer país por posición inversora de España en el exterior, con un 17 % sobre el total, por delante de Reino Unido (16,8 %), Brasil (8,6 %) y México (7,4 %). ■

Imagen de la anterior edición del certamen

Momad fija nuevas fechas para su edición de septiembre

Momad, Salón Internacional del Textil, Calzado y Accesorios, ha fijado nuevas fechas para su edición de septiembre próximo. Así, el evento de Moda Comercial de la Península Ibérica, organizado por IFEMA, se desarrollará del 12 al 14 de septiembre –de jueves a sábado-, en los pabellones 2, 12 y 14 de Feria de Madrid en coincidencia con las ferias Intergift, Bisutex y MadridJoya.

"La coincidencia con estos salones pondrá al alcance del visitante profesional una completa panorámica de la Moda y las tendencias de la nueva temporada en un mismo recinto de fácil recorrido y, además, favorecerá a las empresas participantes ampliar sus oportunidades de negocio", subrayan sus impulsores.

Y añaden: "Asimismo, la celebración de Momad entrado el mes de septiembre aportará a los visitantes profesionales más tiempo para analizar la campaña de ventas de la temporada estival en sus tiendas y establecer las necesidades de la nueva temporada".

El cambio de fechas de Momad se produce atendiendo a los resultados de las encuestas realizadas a expositores y visitantes en su pasada edición en febrero de 2019, que también coincidió con los salones Intergift, Bisutex y MadridJoya y generó importantes sinergias entre todos los certámenes.

Esta convocatoria estuvo marcada por el buen ambiente comercial, en la que Momad recibió a 15.250 visitantes y reforzó su protagonismo como mayor foro comercial y de tendencias para el sector de la Moda en la Península Ibérica. Por su parte, Intergift, Bisutex y MadridJoya recibieron a 41.013 profesionales de 77 países.

Próximamente, se pondrán en marcha una serie de acciones promocionales para dar a conocer este cambio a todos los profesionales del sector textil y de la confección.

Durante su celebración Momad tendrá horario ininterrumpido de 9.30 a 19.00 horas en las tres jornadas. ■

Nextil adquiere la empresa Horizon Greendyes

Nextil, uno de los mayores grupos de la industria textil europea, propietario de marcas como Treiss, EFA, Ritex, SICI, Playvest, Anna Llop o Dogi, ha adquirido el 51% de la compañía española Horizon Greendyes, un laboratorio de innovación en el ámbito textil especializado en el desarrollo de procesos de tintura para tejidos mediante pigmentos naturales.

La operación asciende a 0,3 millones de euros y supone reforzar la estrategia de Nextil por la sostenibilidad y la innovación. Horizon Greendyes y Nextil llevan más de dos años desarrollando conjuntamente un proceso de tintura textil pionero, basado en pigmentos y aditivos naturales, no contaminantes, con bajo consumo de energía y agua, y de comportamiento similar a la tintura química tradicional, mediante un proceso más eficiente y respetuoso con el medio ambiente.

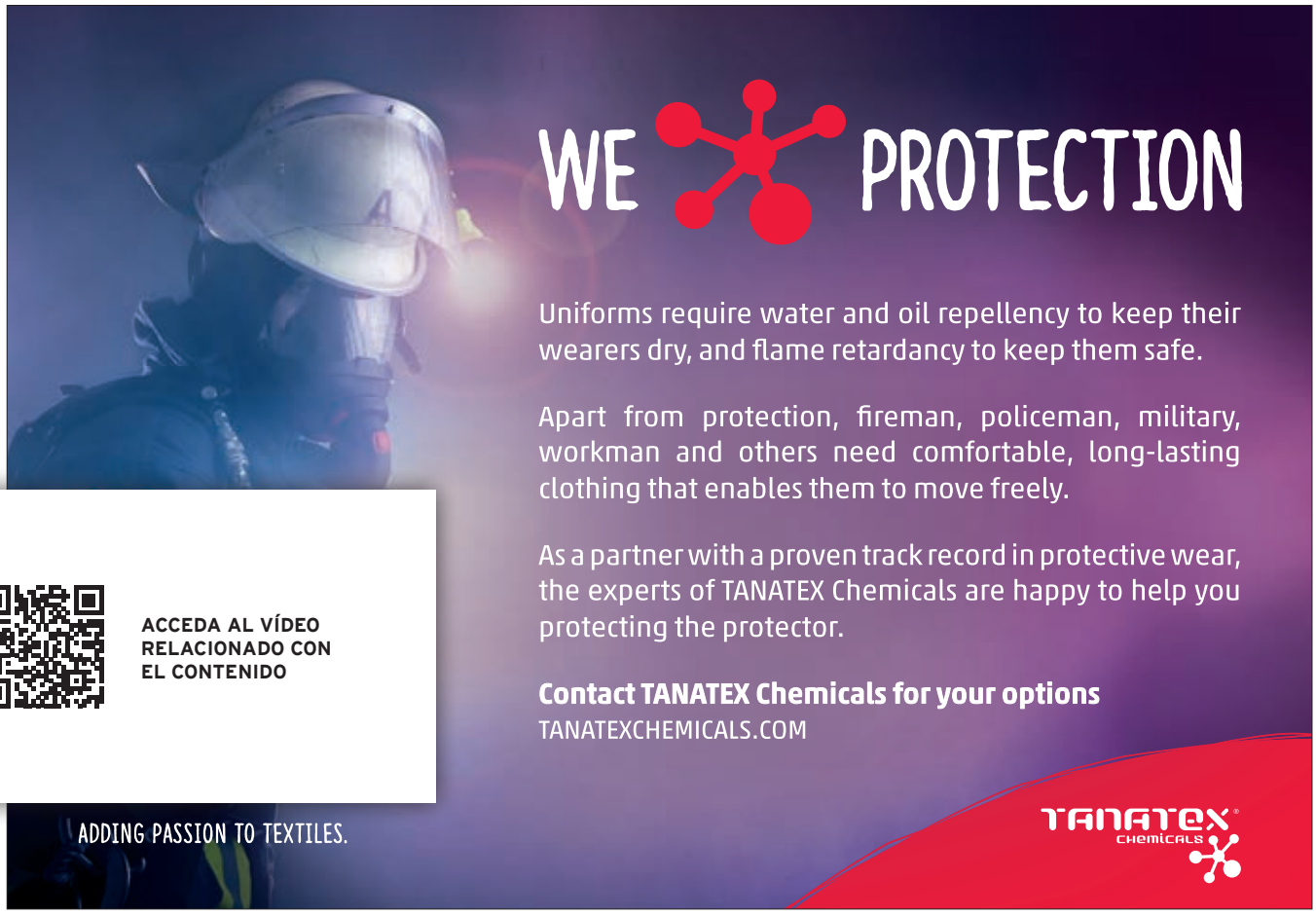
"Por tanto, la integración de Horizon Greendyes en el grupo Nextil es la evolución natural de una relación de apuesta mutua por una producción más sostenible", subrayan desde la compañía.

"Hasta ahora, la industria textil apenas ha aplicado los tintes naturales debido a su escasa resistencia a la luz solar, el roce, el sudor u otros factores habituales en los tejidos de moda y athleisure", destacan.

"La técnica desarrollada por Horizon Greendyes, e implementada junto con Nextil, no solo hace posible que el color sea más duradero y resistente, sino que, además, reduce los tiempos y costes de fabricación y favorece un ahorro muy significativo de agua y energía", añaden.

Así, en este proceso exclusivo de Horizon Greendyes la pigmentación se realiza en frío, por lo que se reduce el consumo de energía un 75%; además no se utiliza ningún componente químico en el proceso, de forma que el agua empleada vuelve a utilizarse en un circuito cerrado.

Esta técnica es aplicable a casi todos los tipos de fibras, tanto naturales (algodón, lana, seda...), como sintéticas (viscosa, elastano, poliester, poliamida...). ■



ACCEDA AL VÍDEO RELACIONADO CON EL CONTENIDO

"Nuestro enfoque está orientado a alternativas ecológicas"

PERE CIRERA

MARKET DEVELOPMENT MANAGER DE TANATEX CHEMICALS

Pasión por los textiles. Una filosofía que permite a Tanatex Chemicals celebrar en este 2019 su 60 aniversario. Una efeméride plagada de hitos organizativos y tecnológicos y que se va a extrapolar en diferentes eventos a nivel mundial a lo largo de este año, incluida su participación en dos de los certámenes más importantes del año: Techtextil, en Frankfurt, y la Itma de Barcelona. Dos citas que van a permitir a la compañía mostrar unos productos y servicios que, entre otros factores, ponen de relieve su firme contribución a una industria textil más sostenible.

FRANCESC M. ALMENA, *Barcelona*

ANTES DE PASAR A HABLAR DE LA EMPRESA, NOS GUSTARÍA CONOCER SU TRAYECTORIA PROFESIONAL.

Mis primeros pasos como profesional fueron siempre dedicados al conocimiento de los productos químicos para la industria Textil. Aunque empecé en el Control de Calidad de Productos para la Estampación Textil, posteriormente fui derivando hacia departamentos de acabados especiales y recubrimientos.
Pude seguir desarrollando mi interés por los acabados textiles y mejorar mis conocimientos de retardantes de llama para aplicaciones técnicas textiles.
Tras haber trabajado en otras empresas importantes del sector, en la actualidad formo parte de TANATEX como "Market Development Manager".

EN ESTE AÑO 2019 LA COMPAÑÍA CELEBRA SUS 60 AÑOS. ¿DE QUÉ FORMA LO ESTÁN CONMEMORANDO, QUÉ ACCIONES ESTÁN PREVISTAS?

Efectivamente, el 23 de enero celebramos nuestro aniversario y a lo largo del 2019 estamos organizando diversas actividades a nivel mundial para celebrarlo. Estaremos presentes en la Techtextil y en la ITMA.

DE ESTOS 60 AÑOS, ¿CUÁLES DESTACARÍA COMO LOS PRINCIPALES HITOS DE LA COMPAÑÍA?

Hay muchos puntos para destacar, tanto organizativos como tecnológicos.

RECIENTEMENTE SE HAN PRODUCIDO CAMBIOS EN LA DIRECCIÓN DE TANATEX CHEMICALS. ¿SUPONEN UN CAMBIO DE ORIENTACIÓN PARA LA EMPRESA?

En el año 2016 nos integramos en Transfar Chemicals y recientemente, desde el 1 de enero de 2019, la junta directiva de TANATEX Chemicals ha experimentado algunos cambios. La empresa inicia una nueva etapa, con el nombramiento de Jørgen Vendel como director ejecutivo (CEO), Calvin Qiu en el puesto de director financiero (CFO) y Paul Oude Lenferink (CTO), en la dirección tecnológica, con el fin de alcanzar los objetivos estratégicos de TANATEX. El cargo de director tecnológico se ha integrado en la junta directiva, reconociendo así la importancia de las competencias tecnológicas, la atención a la innovación y la gestión responsable del producto.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES ÁMBITOS DE ACTUACIÓN DE TANATEX EN ESTOS MOMENTOS?

Desde la industria de la moda hasta textiles médicos, automoción y textiles para el hogar. Cada uno de ellos segmentos únicos con requisitos únicos.
Nuestros productos de vanguardia responden a las últimas tendencias y demandas actuales del sector de tejidos (técnicos), así como el procesamiento de alfombras. Nuestra oferta no se limita a la venta de productos, sino que también proporcionamos soluciones idóneas para cada finalidad. TANATEX también destaca por su enfoque ecológico.
Somos un grupo de científicos entusiastas, apasionados de los tejidos y de todo aquello que los mejora. Trabajamos en productos que les añaden valor, contribuyendo a optimizar además sus procesos de producción.

EN EL CAMPO CONCRETO DE LOS TEJIDOS TÉCNICOS, ¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES DEMANDAS ACTUALES DEL SECTOR?

Las demandas son muy variadas. Todas se basan en conseguir propiedades adicionales a los tejidos textiles. Los campos de aplicación de estos tejidos son diversos.
Todo se basa en las propiedades de las fi-

bras textiles añadiendo como punto muy importante su tejeduría. Todo esto rodeado de productos químicos que proveen a los tejidos de propiedades adicionales.

¿CUÁL ES LA SITUACIÓN DE ESPAÑA EN EL ÁMBITO DE LOS TEXTILES TÉCNICOS?

Creo que España, durante estos años de actividad decreciente del Textil tradicional, ha ido evolucionando en el campo de los textiles Técnicos, y en la actualidad existen empresas muy interesantes que se han hecho importantes gracias a su orientación internacional.

¿PODRÍAMOS AFIRMAR QUE LLEVAMOS UN RETRASO CONSIDERABLE RESPECTO A LOS PAÍSES DE NUESTRO ENTORNO?

Quizás históricamente respecto a otros países que se anticiparon hacia un textil técnico estamos en inferioridad técnica, pero el hecho de que tengamos empresas que están fuertes internacionalmente hace pensar que España está bien posicionada en este ámbito.

¿DE QUÉ FORMA INTENTAN AÑADIR VALOR A SUS CLIENTES?

Nuestro valor se basa en un alto grado técnico y humano, conjuntamente con el nivel de servicio que se le atribuye a una empresa multinacional del sector.
Durante más de 50 años, la compañía ha demostrado ser un socio fiable para resolver los desafíos de sus clientes, de la mano de sus "partners" a nivel mundial y utilizando su tecnología exclusiva de vanguardia. Con una nueva forma de pensar respetuosa con el medio ambiente, Tanatex Chemicals es la compañía experta a tener en cuenta en el futuro.

¿PREVÉN UN INCREMENTO SIGNIFICATIVO A CORTO/MEDIO PLAZO EN LA CARTERA DE CLIENTES?

Nuestra cartera de clientes es muy amplia y creemos que el aumento a corto / medio plazo se producirá gracias a nuestras soluciones de primera calidad. Aunque aún no hemos llegado, hay un buen potencial en el mercado.

EN 2014 ABRIERON UNA PLANTA EN TAILANDIA. EN ESTOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS ¿HA HABIDO MÁS INCORPORACIONES DE PLANTAS?

Tras la incorporación en el Grupo Transfar en el 2016, contamos con varias plantas de producción más localizadas en China. Además, nuestros socios distribuidores están evolucionando, como el Grupo Adi en Sudamérica y en Portugal, con un nuevo almacén.

¿CUÁL FUE LA FACTURACIÓN DE LA COMPAÑÍA EN EL ÚLTIMO EJERCICIO?

Nuestra facturación en los últimos años es muy estable y supera los 100 M €.

ANTE UN PANORAMA GLOBAL INCIERTO, ¿DE QUÉ FORMA VEN EL NEGOCIO EN ESTE 2019?

Vemos estas incertidumbres a nivel mundial, por supuesto, pero estas también son oportunidades. Nuestras soluciones sostenibles se ajustan a la nueva situación en China, por ejemplo. Con nuestro conocimiento local y nuestra experiencia global, podemos equilibrar estas incertidumbres.

LA SOSTENIBILIDAD ES INNEGABLEMENTE UNO DE LOS ASUNTOS CLAVE DE NUESTRA ÉPOCA. ¿DE QUÉ FORMA LA ABORDAN DESDE TANATEX?

Las empresas son plenamente conscientes de su huella ecológica y de la forma de reducirla.
Éstas son buenas noticias para el sector textil, ya que el interés por la sostenibilidad incrementa el desarrollo de mejores productos. Los fabricantes nos vemos estimulados a utilizar productos respetuosos con el medio ambiente que contribuyen a un planeta más verde y ayuden a luchar contra la contaminación. Y aunque la consecución de un mundo mejor es una tarea difícil, también se crean oportunidades de negocio. Cuando es sincera, una estrategia corporativa verde, transparente y sostenible construye puentes con los clientes y contribuye a convertirlos en verdaderos socios.

¿CONSTITUYE UN PROPÓSITO CREAR PRODUCTOS DE RECURSOS ORGÁNICOS NATURALES, SOSTENIBLES Y QUE, AL MISMO TIEMPO, SEAN EFICACES Y ASEQUIBLES?

Tanatex Chemicals mantiene un enfoque orientado en alternativas ecológicas, como la tecnología mineral, utilizando productos respetuosos con el medio ambiente, a base de arcilla, zeolitas o, lava, entre otros componentes. Con una nueva forma de pensar respetuosa con el medioambiente, Tanatex Chemicals es la compañía experta a tener en cuenta en el futuro.

> **"Nuestro objetivo es reducir los recursos necesarios y aumentar la seguridad del usuario"**

¿CÓMO ESTÁ FUNCIONANDO EL ACUERDO DE DISTRIBUCIÓN ENTRE MICROBAN Y TANATEX?

Desde octubre de 2017, TANATEX Chemicals es distribuidor oficial de Microban International, el líder mundial en protección antimicrobiana incorporada. La asociación entre líderes de la industria textil de alta gama, beneficia a marcas y fabricantes a nivel mundial, haciendo que las mejores tecnologías estén más disponibles y ofreciendo soporte regional para tiempos de respuesta más rápidos en proyectos. Estamos ofreciendo la gama completa de productos químicos para el control de olores de Microban, como AEGIS, ZPTECH y Silvershield. Apoyamos a nuestros

clientes con las legislaciones europeas ya que estas difieren según la región.

¿QUÉ VAN A PRESENTAR EN LA PRÓXIMA ITMA DE BARCELONA?

Todas las soluciones de TANATEX tienen como objetivo reducir los recursos necesarios y aumentar la seguridad del usuario. Por ejemplo, nuestros expertos intentan sustituir todos los productos químicos contaminantes o peligrosos posibles por alternativas ecológicas, con lo que se incrementa la seguridad de los fabricantes de tejidos, por un lado, y del consumidor final, por otro. Venga a conocer nuestro agente ignífugo libre de antimonio y halógenos y nuestras soluciones sin formaldehído
Con el concepto de estampación digital de TANATEX, estamos experimentando con tecnología Inkjet sin urea tanto para tintas reactivas como para tintas ácidas. Es un proyecto piloto importante para nuestros expertos, pero también para algunos de nuestros clientes, ya que los productos sin urea contaminan mucho menos y son más seguros para las personas y los animales. Los resultados son muy prometedores. Puede comprobarlo usted mismo cuando visite nuestro stand.
No puede mejorar los resultados del teñido y ahorrar recursos al mismo tiempo... O, ¿sí? Basándonos en los resultados de laboratorio que hemos obtenido, nuestro concepto de teñido para poliéster puede reducir el tiempo de teñido hasta un 25 %, con lo que se ahorra tiempo, energía y recursos. Al mismo tiempo, nuestros productos mejoran los resultados de teñido optimizando el índice de resultados correctos a la primera. Y, por si fuera poco, también pueden ayudar a reducir su huella de carbono.
¿Le hemos inspirado? ¡Perfecto! Esperamos verle en nuestro stand en ITMA (Pabellón 3, E112). ¡Puede contactar antes con nosotros!

¿CUÁLES SON LOS PLANES A CORTO/MEDIO PLAZO MÁS DESTACADOS DE LA COMPAÑÍA?

Nos centramos en desarrollar nuestros puntos fuertes y tecnologías únicas, como tecnologías minerales, poliuretanos para textiles técnicos, acabados funcionales e impresión (digital). Por otro lado, vemos la optimización y la huella en la reducción del procesamiento de textiles como un enfoque importante. Continuamos con lo que sabemos hacer mejor; Añadiendo nuestra pasión a los textiles.

A la anterior edición del evento acudieron más de 700 profesionales

Se prepara la 58ª edición del Congreso de fibras de Dornbirn

Más de 100 ponentes internacionales procedentes del mundo industrial, académico y de la investigación, presentarán las últimas innovaciones en fibras y textiles durante la 58ª edición del congreso de fibras de Dornbirn (Dornbirn GFC), los días 11 a 13 de septiembre de 2019.

En la pasada edición acudieron al congreso más de 700 profesionales internacionales (70% de Europa, 30% de Asia y América), con la participación de 50 nuevas empresas.

Los actores más destacados de la industria de las fibras, así como de toda la cadena de valor del sector estarán presentes en el 58ª edición del congreso, dedicada en su totalidad a las temáticas de sostenibilidad y digitalización.

Algunos de los principales "partners" del congreso son su patrocinador principal, el grupo Lenzing, junto con Indorama Ventures y Märkische Faser, PricewaterhouseCoopers, Microsoft y Palo Alto Networks.

Las más de 100 conferencias de expertos se enfocarán a los siguientes temas: Innovaciones en fibras; Economía circular y reciclaje; Digitalización y textiles inteligentes; Modificación superficial y aditivos; Prendas de deporte y ocio; Telas no tejidas y textiles técnicos.

A las más de 100 conferencias de expertos se sumarán un panel de CEOs y un panel de discusión sobre digitalización.

Como generador de ideas y redes, esta edición del Dornbirn-GFC llevará a cabo un evento en cooperación con PricewaterhouseCoopers (PwC), empresa de consultoría líder a nivel mundial, en el que se invitarán 50 "startups" que tendrán la oportunidad de presentar sus modelos de negocio.

Debido a su éxito en pasadas ediciones, volverá a organizarse el "Young Scientist Forum", liderado por la consultora industrial Syngroup.

En los últimos años se han establecido varias cooperaciones con diversas organizaciones con el fin de apoyar y promover el Dornbirn-GFC:

El 17 de mayo el Dornbirn-GFC ha organizado el simposio Innovadiones y aplicaciones de fibras sostenibles, en el marco del foro de Techtextil en Frankfurt.

La asociación internacional de fabricantes de telas no tejidas EDANA apoya el Dornbirn-GFC de manera muy constructiva con la organización de conferencias de alta calidad sobre la industria de las telas no tejidas. También facilita la participación de jóvenes científicos de la industria en el "Young Scientist Forum".

TAPPI, una gran organización estadounidense de Learning & networking, está cooperando con el Dornbirn-GFC en la promoción del congreso.

En cuanto a los patrocinadores, debe hacerse especial énfasis en la región Land Vorarlberg y en la Smart city Dornbirn, que han apoyado enormemente el congreso desde su fundación.

Lenzing AG, el productor de fibra celulósica, las asociaciones CIRFS (Asociación Europea de fibras) e IVC (Asociación alemana de fibras) son los fundadores del congreso.

Reconocidos patrocinadores del congreso en la pasada edición, así como varios nuevos patrocinadores contribuirán al éxito del evento en 2019: AVAN-

apparelsourcing
PARIS

ACCEDA AL VÍDEO
RELACIONADO CON
EL CONTENIDO

Nuevas perspectivas de suministro

16 – 19 septiembre 2019
Paris Le Bourget
Francia

www.apparelsourcing-paris.com

messe frankfurt

TEX/Messe Frankfurt France, Land Vorarlberg, Lenzing AG, Techtextil/Messe Frankfurt, Märkische Faser, CHT Beitlich, Microsoft, Dralon, Oerlikon Manmade Fibers, Ecoplu. Niederösterreichs, Perlon Nextrusion Monofil, Wirtschaftsagentur GmbH, Princewaterhouse-Coupers PwC, EDANA, PHP Fibers/ Indorama, Gherzi Textil Organisation, Saurer AG, Glanzstoff Industries/Indorama, Stadt Dornbirn, Groz Beckert, SYNGROUP, IFG Asota, WISTO- Wirtschaftsstandort Vorarlberg GmbH, IKV Innovative Kunststoffveredlung, Kunstuniverität Linz, WKO Wirtschaftskammer Vorarlberg, CIRFS.

Con el objetivo de facilitar el flujo de comunicación e información a lo largo del congreso, el Dornbirn-GFC habilitará una aplicación.

La próxima edición transcurre del 11 al 13 de septiembre de 2019

En la edición de 2018, por primera vez, se celebró un evento de "networking" como cierre del congreso, en el que más de 100 participantes disfrutaron de esta fiesta de clausura. En esta edición volverá a repetirse el evento.

La AEI Tèxtils, el cluster de textiles técnicos de Catalunya, forma parte del comité del congreso desde el año 2009.

Las inscripciones al congreso pueden realizarse en: www.dornbirn-mfc.com. Se aplicará cuota reducida para las inscripciones realizadas hasta el 31 de mayo.

Celebrada la tercera edición del iTechStyle Summit

En abril ha tenido lugar en Oporto (Portugal) la tercera edición del iTechStyle Summit, congreso internacional del sector textil organizado por el centro tecnológico portugués CITEVE. La AEI Tèxtils, el clúster de textiles técnicos de Cataluña, ha participado en el encuentro.

Diversos ponentes del mundo académico y de la industria hablaron sobre las últimas tendencias, estrategias, oportunidades y retos en el área de la industria 4.0, la digitalización, los nuevos materiales y la sostenibilidad.

El día 4, en el bloque de sostenibilidad, Josep Casamada, "project manager" de la AEI Tèxtils, el clúster de textiles técnicos de Cataluña, impartió la conferencia "Sostenibilidad y economía circular: una oportunidad para incrementar la competitividad de la industria textil".

Centró su exposición en una introducción al clúster y presentó dos ejemplos de economía circular aplicados por dos de sus empresas asociadas, Arpe y Antex. Finalmente, presentó los diversos proyectos que el clúster lleva a cabo en este ámbito, como son los proyectos europeos Midwor-Life o Life-Flarex, entre otros.

Paralelamente al congreso, tuvieron lugar varias reuniones de la red europea de expertos en materiales textiles avanzados Context, liderada por la "Clúster Manager" de la AEI Tèxtils, la Dra. Ariadna Detrell.

Diversos miembros de la red estuvieron presentes en el congreso y en las reuniones, que se centraron en debatir sobre los puntos comunes relacionados con la digitalización y la sostenibilidad en los distintos grupos de trabajo de la red.

Context también organizó un "workshop" temático del grupo de trabajo Deporte y "wearables". Participaron 30 expertos del mundo académico y de la industria. La sesión empezó con una presentación de Context, por parte de Ariadna Detrell. Le siguió una exposición de los retos científicos y tecnológicos en el ámbito del deporte y los "wearables" por parte del Dr. Savvas Vassiliadis, de la universidad griega West Attica.

La AEI Tèxtils ha participado en el evento

A continuación, Ana Ribeiro, directora ejecutiva del Cluster Textil de Portugal presentó los objetivos, grupos temáticos, tendencias y retos del grupo de trabajo del clúster dedicado al sector deportivo. Cerró las presentaciones un representante de una importante empresa de retail del sector que presentó su visión de las tendencias y necesidades del mercado.

El "workshop" finalizó con una sesión de trabajo con los participantes, que se separaron en cuatro grupos para debatir sobre las posibilidades para hacer frente a los distintos retos de los materiales textiles en el sector deportivo, tanto tecnológicos como industriales o de mercado.

Emitex concluye con éxito

La Exposición Internacional de Proveedores para la Industria de la Confección contó con la participación de 81 expositores nacionales e internacionales y 7.572 visitantes que demostraron su apuesta firme por el sector. Tendencias, diseño y tecnología fueron los ejes principales.

Se trata de un evento de referencia para la industria argentina

Los 5.600 m2 dedicados a las tendencias e innovaciones de toda la cadena productiva posicionaron a Emitex, una vez más, como el referente anual de los proveedores de la industria de la confección en Argentina.

"Durante la exposición se vivió un buen clima de negocio. En este difícil contexto económico, Emitex pudo ofrecer al sector una plataforma comercial eficaz y el impulso que merecía", comentó la gerente de Proyecto de Emitex, Andrea Lippi.

"Redoblamos nuestros esfuerzos y apostamos por una industria que da empleo a miles de argentinos y que es símbolo de crecimiento e innovación. Bajar los brazos hubiese sido el camino más fácil. Sin embargo, no nos planteamos esa posibilidad. Decidimos embarcarnos en este desafío porque sabemos que cada Emitex abre nuevos caminos", sostiene el presidente y CEO de Messe Frankfurt Argentina, Fernando Gorbarán.

Por su parte, el presidente de la Federación de Industrias Textiles Argentinas, Luis Tendlarz, opina que "en momentos en los que el mercado local no es tan demandante se debe fomentar la exportación y no castigarla con retenciones. Insto a las autoridades a revisar esta política que desincentiva la exportación de productos textiles".

PROPUESTA ACADÉMICA

La edición 35 del Circuito de Tendencias tuvo una gran acogida. La jornada de actualización en tendencias para la industria de la moda, organizada por el Observatorio de Tendencias de INTI Textiles (OdT), brindó información clave sobre las macro y microtendencias de la temporada invierno 2020, permitiendo a los empresarios textiles plantear nuevas estrategias para sus próximas colecciones.

Por su parte, diversos especialistas y empresas expositoras ofrecieron conferencias sobre calidad integral en la industria de la indumentaria e innovaciones tecnológicas. Tendencias para el verano 2020, sublimación, producción de fibras camélidas y caprinas, fueron algunas de las temáticas desarrolladas.

PrimaLoft anuncia la circularidad de las fibras PrimaLoft Bio

El experto en tecnología avanzada de materiales ha anunciado que sus fibras PrimaLoft Bio son renovables en una economía circular. Como resultado de un ensayo externo se ha demostrado que las fibras de poliéster son reciclables químicamente.

La compañía busca nuevas formas de cerrar el círculo

El proceso descompone el poliéster en sus elementos básicos, de modo que puede renovarse y convertirse en un nuevo material de alto rendimiento sin que ello afecte a su integridad original. "PrimaLoft es la primera marca que introduce un tejido y aislamiento sintético biodegradable y 100% reciclado que admite la circularidad", subrayan sus impulsores.

"PrimaLoft Bio siempre ha intentado abordar el final de la vida útil de una prenda de vestir de forma impactante y, al mismo tiempo, buscar una solución para el tema de los microplásticos que afecta a toda la industria", afirma Mike Joyce, presidente y CEO de PrimaLoft. "La biodegradabilidad es una solución final que armoniza con el modelo de circularidad. Con la capacidad de renovar nuestras fibras estamos dirigiendo el diálogo hacia la circularidad. Las economías circulares son la próxima frontera en sostenibilidad y nosotros hemos demostrado nuestras capacidades en este ámbito". Los ensayos externos han demostrado que las fibras PrimaLoft Bio pueden reciclarse químicamente con una tasa de rendimiento del 95%. Tras el reciclado químico, las fibras PrimaLoft Bio pueden reutilizarse para nuevas fibras de aislamientos o tejidos manteniendo el mismo nivel de rendimiento.

Mike Joyce afirma también que "desde 1950 se han producido en todo el mundo más de 8.300 millones de toneladas métricas de plástico, y menos del 10% de este plástico se ha reciclado realmente. Estas cifras son alarmantes y PrimaLoft trabaja para encontrar soluciones que reduzcan el uso de fibras de poliéster virgen basadas en petróleo. Para conseguirlo, desde 2007 estamos utilizando en nuestros productos fibras de poliéster recicladas provenientes de botellas de plástico. Este proceso de reciclado mecánico tradicional nos permite crear materiales nuevos de alto rendimiento. Sin embargo, este método no puede usarse repetidamente sin sacrificar las características de rendimiento del poliéster y sin seguir usando recursos naturales adicionales. Este es el motivo por el que PrimaLoft empezó a buscar nuevas formas de cerrar el círculo".

La AEI Tèxtils participa en el evento "EU-Taiwan Cluster Collaboration"

La AEI Tèxtils asistió al evento "EU-Taiwan Cluster Collaboration", que tuvo lugar en Lyon (Francia) los días 6 y 7 de marzo en el marco de "Industry 4.0 International Days 2019" que se llevó a cabo durante la feria Global Industrie.

El evento, organizado por la European Cluster Collaboration Platform (ECCP) en representación de la Comisión Europea, atrajo a más de 200 participantes, 23 de ellos representantes de clústeres de diferentes sectores a nivel europeo y 12 de Taiwán.

La AEI Tèxtils se reunió con varios clústeres con el objetivo de generar sinergias y oportunidades para sus propias empresas en diferentes sectores de aplicaciones finales de los productos textiles con el fin de preparar la misión comercial a Taiwán, programada para octubre de 2019 en el marco de EU-Textile2030.

Durante el primer día, la ECCP organizó un seminario para detectar sinergias e identificar oportunidades entre ambos mercados, incluyendo conferencias de representantes de alto nivel de la Comisión Europea y de Taiwán y exposición de las diferentes iniciativas en curso y casos de éxito de colaboración entre ambos mercados, impulsados por clústeres.

El segundo día, la red Entreprise Europe Network (EEN) organizó una serie de reuniones C2C por la mañana y la ECCP por la tarde.

Imagen del evento

apparelsourcing PARIS
avantex PARIS
leatherworld PARIS
shawls & scarves PARIS
TEXWORLD PARIS
TEXWORLDDENIM

the **fair**yland for fashion

16 – 19 septiembre 2019
Paris, Le Bourget

messe frankfurt

La sostenibilidad es un término clave para ambos certámenes

Techtextil y Texprocess 2019 ultiman preparativos

Las dos ferias cubren la cadena íntegra de valor textil y se celebrarán del 14 al 17 de mayo de 2019 en Frankfurt (Alemania). En la edición de 2017 se dieron cita 1.789 expositores de 66 países y 47.500 visitantes de 114 nacionalidades. Cabe reseñar que las inscripciones para 2019 ya superan las registradas en la edición de 2017.

Ambos certámenes se desarrollarán en el pabellón 4.1 del recinto ferial de Messe Frankfurt, y se ofrece una perspectiva sobre el proceso íntegro de producción, desde el material hasta el producto confeccionado; "Digital Textile Micro factory" de Texprocess y Techtextil; Textiles para prendas funcionales en Techtextil.

En cuanto a la presencia española, en Techtextil se dieron cita 50 expositores en 2017; en cuanto a visitantes, 854. En el caso de Texprocess en 2017 fueron tres los expositores y 206 los visitantes.

Texprocess se presenta como la feria líder internacional de procesamiento de textiles y de materiales flexibles. En su edición de 2017 se dieron cita 312 expositores de 35 países y 25.117 visitantes de más de cien países.

En el certamen se presentan tecnologías de última generación para el procesamiento de prendas y de materiales textiles en todas las etapas del proceso. El salón cuenta con la presencia de todos los líderes del mercado.

En esta edición los eventos más destacados son: 4 microfábricas para moda, textiles técnicos y textiles inteligentes; Foro Texprocess patrocinado por DTB, IAF, Fashionsustain Berlin y WtiN; el Texprocess Innovation Award; IT@Texprocess; y un área para empresas noveles innovadoras de Alemania, con el apoyo de BMWi.

Digital Textile Micro Factory: tres líneas de producción (confección, 3D-tejido para calzado y textiles técnicos); Demostración de procesos integrados de producción textil. Cuenta con el apoyo de los Deutsche Institute für Textil-und Faserforschung Denkendorf (DIFT) y acontecerá en el pabellón 4.1.

Microfábricas textiles: "World of Digital Fashion", centrada en la customización de prendas y moda (pabellón 4.0); "Smart Textiles Microfactory" de RWTH Aachen muestra la producción textil inteligente (vestíbulo del pabellón 5.1/6.1); "Production on demand" de prendas por Efka & Gemini.

TECHTEXTIL, LÍDER EN TEXTILES TÉCNICOS Y NO TEJIDOS

En el caso de Techtextil se trata de la feria líder internacional de textiles técnicos y no tejidos. En 2017 se dieron cita 1.477 expositores de 55 países y 40.761 de más de 100 naciones. Se puede ver la gama completa de textiles técnicos y no tejidos, así como textiles "high-tech" para todas las aplicaciones.

Hometech: Textiles innovadores para la fabricación de muebles, tapizados, alfombras y revestimientos para suelos.

Buildtech: Desde hormigón carbonatado hasta estructuras ligeras y de membranas para la arquitectura y construcción.

Mobiltech: Estructuras ligeras y textiles inteligentes para el sector aeronáutico y espacial, automotriz, ferroviario y construcción naval.

Clothtech: Textiles funcionales e inteligentes para moda y confección. ■

TEXWORLD
PARIS

La Feria Internacional para la Moda: Telas, Material de costura, Accesorios

16 – 19 septiembre 2019
Paris Le Bourget
Francia

www.texworld-paris.com

messe frankfurt

Imagen de la anterior edición

SIL 2019 se celebrará en paralelo con InTrade Summit BCN y eDelivery Barcelona

Barcelona será la capital mundial del comercio internacional y la "Supply Chain" del 26 al 28 de junio con la celebración del SIL Barcelona, eDelivery Barcelona Expo & Congress e InTrade Summit BCN.

El SIL 2019, la Feria de Logística, Transporte, Intralogística y "Supply Chain", organizada por el Consorcio de la Zona Franca de Barcelona, celebra este año su 21ª edición con más de 22.000 metros cuadrados de superficie de exposición, más de 600 empresas expositoras, un congreso con más de 20 sesiones y 220 ponentes y un completo programa de "networking" que pone en contacto de forma directa a la oferta y la demanda del sector.

"El SIL 2019 ha reorganizado su espacio de exposición con un nuevo concepto de feria basado en la conectividad y la sectorización. La oferta está mucho más sectorizada y se ha diseñado un modelo de exposición que mejorará la experiencia de visita de los profesionales que asistan al SIL con una disposición de los stands diferente que obligará a recorrer todos los pasillos de la feria", subrayan sus organizadores.

Otra de las novedades del SIL 2019 es su apuesta decidida por el "networking". Además de la celebración del Círculo Logístico, que pone en contacto a las empresas participantes con los principales directores de logística y "Supply Chain" industriales, la feria también realizará un "International Networking Lunch", donde las empresas participantes podrán contactar con más de 600 decisores del sector procedentes de Europa, América Latina y el Mediterráneo.

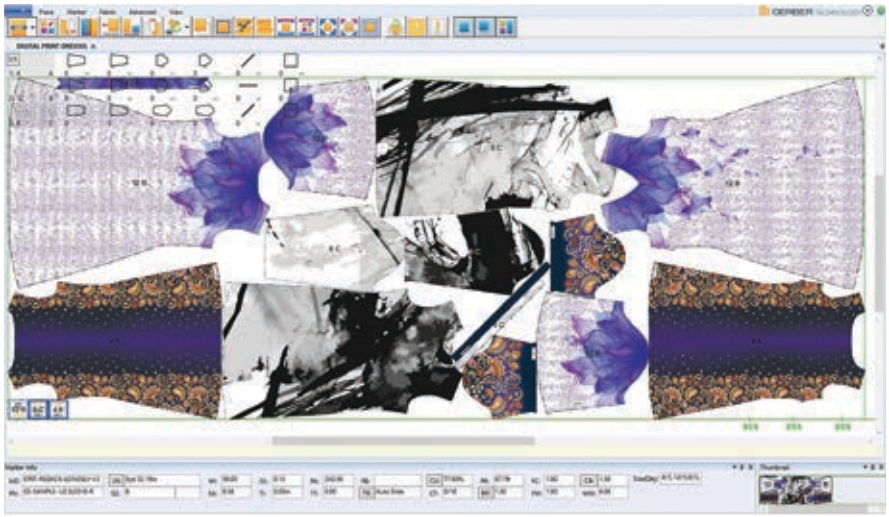
Además, todas las empresas participantes en el SIL podrán contar, mediante un sistema de mensajería instantánea en la app de la feria, con todos los asistentes y "speakers" de los distintos congresos que se celebrarán en paralelo con el SIL.

DIGITALIZACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y SEGURIDAD, EJES DEL CONGRESO DEL SIL

Bajo el título "Supply Chain e Industria 4.0: la nueva era de la digitalización y la sostenibilidad" el Congreso del SIL reunirá a más de 220 ponentes internacionales a lo largo de 16 sesiones. El miércoles 26 de junio el congreso se centrará en la digitalización y las cadenas de suministro integradas; el jueves 27 lo hará en el transporte y la sostenibilidad; y el viernes 28 en el transporte y la seguridad.

El Congreso del SIL acercará más de 100 casos de éxitos de empresas líderes de sectores tan dispares como es el del automóvil, alimentación, textil, químico, gran consumo o farmacéutico. El precio del Congreso del SIL será de 295 euros los dos días o 150 euros si sólo se asiste un día. El SIL también pone a disposición de sus visitantes un "Platinum Pass" que tiene un importe de 650 € y permite asistir al SIL Congress, el eDelivery Barcelona Congress, el Congreso de ALACAT, el Congreso Internacional de OEAs y el MedaForum de Logística y Transporte. Al mismo tiempo, todos estos congresos podrán seguirse en "streaming" a través de la app del SIL 2019.

Otra de las novedades del SIL 2019 será la creación de los "SIL Talks", dos espacios que acogerán conferencias de veinte minutos, ubicados en la zona de exposición dedicada a la intralogística y al transporte y las infraestructuras..



Gerber innova con el lanzamiento de AccuMark versión 12

Personalización, conveniencia y valor: los compradores "on line" y "off line" lo quieren todo. Esperan que las marcas y los minoristas comprendan sus necesidades y ofrezcan nuevos estilos y tendencias más rápido que nunca. "Para sobrevivir y, lo que es más importante, prosperar en el mercado actual, los jugadores del universo de la moda deben mejorar su agilidad, velocidad y conectividad", afirma Mary McFadden, vicepresidenta de CAD Product Management, Gerber Technology.

Y añade: "Nuestra versión 12 de la plataforma AccuMark satisface estas demandas desde el diseño y desarrollo del producto hasta el muestreo en 3D a través de la planificación y fabricación optimizada de la producción".

Este es el primero de los muchos lanzamientos de software de Gerber en 2019. Es un año que promete ser notable para la compañía, ya que muestran una hoja de ruta sólida y trabajan en la apertura de su Centro de Innovación de Nueva York y Microfactory.

"La versión 12 de la plataforma AccuMark resuelve la necesidad de velocidad de su negocio y agrega funciones para satisfacer las demandas de personalización de sus clientes. Su robusto conjunto de características es capaz de abordar flujos de trabajo de impresión digital o bajo demanda, así como operaciones de producción en masa totalmente optimizadas", subrayan.

Los avances del software de la versión 12 incluyen:
AccuMark 2D CAD: la aplicación de diseño de patrones, clasificación y marcaje de patrones CAD líder en la industria ha agregado una gran cantidad de nuevas características en V12. Las nuevas funciones se centran en la simplificación y brindan a los usuarios un mayor control de todo su flujo de trabajo con más opciones de personalización y controles modernos. Algunas mejoras clave incluyen la calificación multidimensional como una alternativa más fácil a las alteraciones, actualizaciones del asistente de patrones para simplificar y acortar los procesos, capacidades de flujo de trabajo de impresión digital expandidas, opciones de informes personalizados y herramientas de personalización visual.

AccuMark 3D: la solución 2D a 3D líder en la industria, completamente integrada, continúa basándose en la integración del Avametric Fabric Simulation Engine líder en la industria, agregado en V11. La versión 12 añade soporte para los efectos de textura óptica y de superficie de los escáneres Vizoo y X-Rite para brindar un nivel de realismo aún mayor. Un nuevo arrastre en vivo dentro de una simulación le permite al usuario tirar de una prenda para ayudar a evaluar y controlar el ajuste. ■

Jeanologia lanza H2 Zero

La compañía especializada en el desarrollo de tecnologías ecoeficientes lanza H2 Zero, una tecnología con la que pretende eliminar totalmente los vertidos de la industria textil.

La compañía celebra este año su 25 aniversario y para conmemorarlo ha lanzado al mercado esta nueva tecnología, con la que contribuirá a la total deshidratación y desintoxicación de la industria textil. Asimismo, le permitirá mantener un crecimiento del 50% anual durante los próximos tres años en su cuenta de resultados ecológica.

"En este sentido, cabe resaltar que Jeanologia es la primera empresa europea que ha puesto en marcha una cuenta de resultados ecológica con la que mide en metros cúbicos el agua contaminada que se deja de verter a los ríos y mares del planeta, gracias a su tecnología y servicios", subrayan desde la compañía.

H2 Zero consigue eliminar los vertidos, reciclando la poca agua que se necesita con la combinación de sus tecnologías para la producción de jeans. Esta herramienta ha sido probada con éxito por algunas marcas.

Enrique Silla, CEO de Jeanologia, ha resaltado que "2018 ha sido un año récord en el que nos hemos convertido en socio tecnológico de grandes compañías para, juntos, avanzar en el proceso de cambio de la industria textil". ■

Fotografía de la nueva tecnología

El Clúster Textil y Moda de Igualada lanza una campaña para atraer nuevo negocio

La moda igualadina da un salto adelante para proyectarse al mundo y poder competir así en el mercado global con el resto de clúster textiles europeos en igualdad de condiciones. El Clúster Textil y Moda de Igualada ha presentado una ambiciosa campaña de comunicación con el nombre de "Igualada Fashion Go Digital", impulsada por la agrupación textil FAGEPI con la colaboración de Feria de Igualada, que cuenta con iniciativas como el nuevo portal web de moda tricot.fashion y el fashion film "Knitting Dreams".

El objetivo de la campaña de promoción digital es proyectar todo el potencial del clúster textil de Igualada en el mundo con el fin de atraer compradores y diseñadores que apuesten por fabricar en el territorio. Esta campaña cuenta con el apoyo del Ayuntamiento de Igualada y se vincula a la estrategia municipal de apoyo a las Industrias del Diseño de la ciudad de Igualada y la comarca de Anoia.

La campaña cuenta con dos grandes acciones de comunicación: por un lado, el portal web tricot.fashion, el único portal europeo especializado en género de punto, que será un "marketplace" para poner en contacto proveedores y marcas, además de recoger contenidos de interés para el sector sobre moda, innovación y aspectos técnicos de proceso de fabricación textil.

Por otra parte, la acción estrella de la campaña es la creación de un "Fashion Film", un microcortometraje titulado "Knitting Dreams" que permitirá promocionar el textil de Igualada en diversos festivales internacionales especializados en este tipo de género cinematográfico que triunfa actualmente en el sector de la moda.

Tanto el web como el film se han presentado en un acto en la Adoberia Bella de Igualada, que ha contado también con una charla del experto en comunicación audiovisual Josep Maria Ganyet y con las intervenciones del presidente de Fagepi, Josep Ignasi Reixach, el director de FITEX, David García, y el alcalde de Igualada y presidente de la Diputación de Barcelona, Marc Castells. El acto ha sido presentado por el periodista de Rac1 Joan Maria Morros y se ha cerrado con una degustación gastronómica de productos de proximidad.

Imagen de la presentación en Igualada (Barcelona)

"KNITTING DREAMS", EL PRIMER FASHION FILM HECHO EN ANOIA

Un "Fashion Film" es un cortometraje que sirve a las grandes marcas de moda para promocionar un producto con un concepto innovador y artístico, y con las herramientas y técnicas propias del cine. Hay varios festivales internacionales especializados en este tipo de producciones audiovisuales en ciudades como Barcelona, Madrid, Milán, Berlín, Los Ángeles, Londres, Miami y Estambul.

Precisamente, con el objetivo de que el textil hecho en la comarca de Anoia tenga presencia en estos certámenes que se celebran en todo el mundo, el Cluster ha impulsado el microcortometraje "Knitting Dreams", diseñado y producido por la empresa Boxcom de Igualada que fusiona cine, moda y publicidad, y presenta de forma creativa y estética unos valores que van asociados a la producción textil de la comarca, tales como la proximidad.

Con este microcorto, de siete minutos de duración, el Cluster Textil de Igualada sigue los pasos de marcas como Prada, Dior, Cartier, Armani, Chanel o Zara que ya han producido y promocionado sus propios Fashions Films.

TRICOT.FASHION, EL ÚNICO PORTAL EUROPEO ESPECIALIZADO EN PUNTO

La web www.tricot.fashion, que estará en funcionamiento el próximo mes de junio, se convertirá en el único portal europeo especializado en género de punto.

El objetivo de esta web es atraer la atención de compradores, diseñadores, responsables de producto de marcas y cadenas de moda aportándoles información del sector del género de punto en general y, en especial, la información relativa a los proveedores del territorio porque apuesten por trabajar con ellos. ■

Durst confirma su participación en Itma 2019

La compañía ha confirmado su participación en Itma 2019, la feria de maquinaria para la industria textil que celebrará su próxima edición en Barcelona, del 20 al 26 de junio.

En los últimos años la impresión sobre materiales textiles ha sido una tendencia que se ha ido cristalizando, hasta convertirse en una realidad. Durante 2018, la filial ibérica del grupo Durst constató a través de su investigación de mercado que muchos impresores de aplicaciones publicitarias de gran formato están incorporando o valorando incorporar a corto plazo sistemas para impresión sobre textiles.

Para atender esta demanda, la empresa tirolesa, que cuenta con un amplio portfolio de soluciones, mostrará durante este evento las posibilidades que ofrecen sus propuestas, dirigidas tanto a impresores de gran formato interesados en la rotulación textil como a estampadores textiles para moda o moda-hogar.

La compañía mostrará las posibilidades que ofrecen sus propuestas

"La feria, que contará con más de 1.600 expositores, supondrá una plataforma excepcional para mostrar a impresores y empresas textileras las posibilidades que ofrecen las soluciones Durst, la familia de impresoras Rhotex y Alpha. Alta calidad, fiabilidad 24/7 y productividad industrial son el sello de identidad de la multinacional", subrayan desde la compañía.

"Desde Durst Ibérica y aprovechando que la itinerancia de este certamen hace que esta edición recale en Barcelona, animamos a todos los actores de la industria gráfica de gran formato a visitarnos y descubrir juntos todas las opciones que la impresión sobre tejidos puede brindar a sus negocios", concluyen.

Noticiero Textil.net

diario digital. Gratuito sin zonas reservadas

¿lo ha leído hoy?

"Se ha de destinar a Investigación al menos el 2% del PIB"

ENRIC CARRERA

DIRECTOR DEL INTEXTER (UPC)

Nuestro entrevistado ha respirado textil desde su infancia. Califica como "mejor decisión de su vida" su salto al mundo universitario, donde encontró la dimensión humana que echaba de menos en la empresa privada. Durante los 32 años que lleva trabajando en la Universitat Politècnica de Catalunya (UPC) se ha dedicado principalmente a la docencia. Como director del INTEXTER, y entre otras muchas funciones, coordina las tres grandes áreas de Investigación: Medio Ambiente, Química Textil y Física Textil. El principal reto, disponer de financiación para seguir adelante.

FRANCESC M. ALMENA, *Barcelona*

¿NOS PODRÍA SUBRAYAR DE DÓNDE VIENE SU VINCULACIÓN CON EL TEXTIL?

Mi abuelo paterno era sastre, su taller estaba en un principal del Paseo de Gracia de Barcelona y fue presidente de la Sociedad de Maestros Sastres "La Confianza" de Barcelona. Mi abuelo materno era representante de tejidos de pañería. Mi padre siguió unos pocos años el oficio de sastre, pero más tarde creó una pequeña empresa familiar de fabricación de entretelas para sastrería, los famosos "sidos". Mi tío tenia una pequeña empresa que fabricaba los "manguitos" que se utilizaban en la iluminación del alumbrado público con gas y en los conocidos fogones "camping-gas". Los manguitos eran de tejido de punto circular con filamento de Viscosa.

En mi familia he respirado "textil" desde la infancia. No fue extraño, por lo tanto, que cuando accedí a la Universidad estudiara Ingeniería textil en Terrassa.

¿CUÁL ES SU FORMACIÓN Y TRAYECTORIA PROFESIONAL RELACIONADA CON EL SECTOR TEXTIL?

Soy Doctor en Ingeniería Textil por la UPC. Previamente obtuve los títulos de Ingeniero Técnico Textil y Máster en Ingeniería textil. También realicé un Máster en Educación ambiental y otro sobre Gestión ambiental en la empresa.

Al terminar los estudios de Ingeniería Técnica, estuve trabajando 1 año en el

departamento de calidad de una empresa de plásticos de Sabadell y posteriormente 8 años en la productora de fibras Brilén S.A. donde realizaba funciones de asistencia técnica a clientes. Allí conocí, de primera mano y con bastante detalle a las empresas más importantes del sector textil sedero y algodonero español. Un día me llamó el profesor Feliu Marsal por si quería incorporarme como docente a la Escuela de Ingeniería Técnica de Terrassa y así lo hice, ante el estupor de mi padre porque pasé a cobrar la mitad de lo que cobraba en la empresa privada. Siempre me ha gustado la docencia y en la Universidad encontré la dimensión humana que tanto echaba de menos en la empresa multinacional donde trabajaba. Ha sido la mejor decisión de mi vida.

En la Universidad terminé mi formación académica e hice oposiciones para ser Profesor Titular de Universidad. Durante los 32 años que ya llevo en la UPC me he dedicado principalmente a la docencia donde he impartido asignaturas del ámbito textil mecánico. Actualmente imparto las asignaturas de Materias textiles, Evaluación de la calidad de los tejidos y una de primero de carrera sobre Tecnologías ambientales y sostenibilidad. También he ocupado varios cargos académicos. He sido subdirector de la Escuela Universitaria de Ingeniería Técnica de Terrassa, secretario académico del Departamento de Ingeniería Textil y Papelera y director de la Cátedra UNESCO de Sostenibilidad de la UPC.

Mi aproximación personal a la investigación ha sido más bien tardía pero muy intensa e intelectualmente apasionante.

HABLEMOS DE INTEXTER. ¿CUÁLES SON SUS ORÍGENES?

El Instituto de Investigación Textil y Cooperación Industrial de Terrassa (INTEXTER), se creó en el año 1964 por acuerdo Ministerial para impulsar el desarrollo científico y tecnológico de una industria básica para la economía española de la época, la textil. Se trató, en definitiva, de una decisión vinculada al 1er Plan de Desarrollo del Gobierno de Franco. De hecho, a diferencia de los otros Institutos Universitarios de Investigación de la UPC, en su nombre figura explícitamente que, además de Investigación se dedicará a la "Cooperación industrial", lo que actualmente denominamos "Transferencia de tecnología".

Posteriormente cuando se creó la Universidad Politécnica de Barcelona (UPB) en el año 1971, que años más tarde pasó a denominarse Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), se hizo a partir de la confluencia de varias Escuelas de Ingeniería (de Barcelona y Terrassa, así como del INTEXTER); por lo tanto, nuestro Instituto formó parte de la matriz fundadora de la UPC.

¿CUÁLES SON SUS PRINCIPALES RESPONSABILIDADES COMO DIRECTOR DE INTEXTER?

Además de la coordinación interna de nuestra actividad, la función principal del Director de un Instituto Universitario de Investigación como el nuestro, es representar el Centro ante nuestro entorno social, industrial y académico así como buscar complicidades institucionales necesarias para garantizar el cumplimiento de los objetivos fundacionales de nuestra Instituto, es decir la realización de una Investigación y cooperación industrial de calidad en el ámbito textil que contribuya el desarrollo de nuestro país y a la mejora de la calidad de vida de las personas.

¿QUÉ RETOS TIENE ACTUALMENTE EL INTEXTER?

Como la mayoría de centros universitarios españoles, sufrimos el problema de

la jubilación masiva de personal de plantilla y la falta de reposición de plazas que descapitaliza nuestra capacidad investigadora. En este contexto de retracción económica, durante el año 2018 hemos realizado un Plan estratégico con el fin de adaptar mejor nuestra estructura al actual sistema de investigación catalán-español-europeo. Los retos son atraer talento, aumentar nuestra masa crítica y ser más competitivos.

¿CON QUÉ LABORATORIOS Y TALLERES CUENTA EL INTEXTER?

Nuestra investigación se organiza en 3 grandes áreas temáticas.
- Medio ambiente: Tenemos una gran experiencia en el control de contaminación de los efluentes textiles. El profesor Martí Crespi, anterior director del INTEXTER, fue el percusor de los estudios sobre toxicología y depuración de aguas residuales textiles en España. Hemos trabajado en una gran cantidad de proyectos de diseño, seguimiento y mejora de depuradoras textiles. En nuestros laboratorios podemos caracterizar contaminantes y proponer soluciones prácticas a problemas concretos de depuración. Hemos realizado varios proyectos europeos sobre estos temas. Actualmente estamos trabajando, también, en la contaminación producida por el desprendimiento de microfibras en el lavado doméstico de prendas.
- Química textil: Desde la creación del Instituto hemos investigado durante muchos años sobre las propiedades de las fibras de algodón y la lana. Posteriormente en la microestructura de las fibras químicas y, actualmente, de nuevo en fibras naturales, como el cáñamo o el algodón orgánico, debido a la creciente demanda de fibras biodegradables. En la parte de tintorería y acabados, además de investigar sobre la optimización de procesos industriales realizamos muchos estudios sobre medida y solideces del color, grado de blanco etc. El INTEXTER es la sede del subcomité 1 de solideces CTN-40 de AENOR y formamos parte de la representación española en la ISO en el CTN-38. En los últimos años estamos trabajando, también, en el ámbito de las microcápsulas con aplicaciones médicas y en el desarrollo de materiales compuestos biodegradables.
- Física textil: Durante varios años hemos estado trabajando para varias empresas alemanas y suizas en el desarrollo de maquinaria de hilatura. Más recientemente hemos desarrollado un sistema propio de electrohilatura para aplicaciones sanitarias que ha dado lugar a varias patentes y a la creación de una "spin-off" (CEBIOTEX) en la que participa la UPC. En los últimos años estamos desarrollado varias aplicaciones TIC para el ámbito de la moda y confección.

Fachada de INTEXTER

LA INVESTIGACIÓN, ES SIN DUDA SU "LEIT MOTIV". HASTA DONDE PUEDA, EXPLÍQUENOS EN QUÉ TRABAJA INTEXTER EN ESTOS MOMENTOS.

Detallo los proyectos más relevantes:
MORPHEOS. Proyecto europeo consistente en el desarrollo de una aplicación de teléfono móvil para determinar la talla de una prenda a partir de una foto de frente, perfil y los datos de altura y peso. Este proyecto se explicó en el número anterior de Noticiero textil.
SOMATCH. Proyecto europeo cuyo objetivo es mejorar la competitividad de las PYME de la UE en materia de diseño de prendas de vestir mediante la recopilación, definición y visualización mediante interfaces ad hoc de tendencias de moda. SOMATCH proporciona a los diseñadores estimaciones de tendencias detalladas y pronósticos de aceptación por parte del usuario.
ECUVal. Proyecto europeo consistente en el desarrollo de un sistema de depuración de efluentes textiles que contienen colorantes reactivos mediante tecnología electroquímica. Se explica en el

"La demanda de ingenieros/as textiles en España es muy elevada"

Para todo ello disponemos de equipamiento científico y plantas piloto donde podemos reproducir y/o simular procesos textiles a escala.
Una de nuestras fortalezas es que somos un centro de la UPC y, por lo tanto, tenemos la capacidad de incorporar todos los ámbitos de la tecnología a cualquier proyecto a través de los distintos departamentos de nuestra universidad.
Además de investigación, tenemos una gran demanda de servicios de consultoría, informes, dictámenes y peritaciones sobre defectos de fabricación, atendiendo a un centenar de empresas españolas que solicitan anualmente nuestros servicios.

Laboratorio de Física Textil

presente número de Noticiero Textil.

ELDE. Proyecto financiado por la Generalitat de Catalunya. Se trata de una continuación del proyecto anterior consistente en la aplicación de la tecnología de depuración electroquímica para aguas residuales de otros sectores industriales. En base a este estudio se construirá un piloto para tacar el agua de la industria papelera con el objetivo de validar la tecnología en el propio proceso de producción. También se construirá un piloto "multisector", más pequeño y versátil, que se validará en los sectores químico y de curtidos.

MICROFIBRAS. Estudio (tesis doctoral) financiado por Inditex para estudiar la problemática de las microfibras generadas en el lavado doméstico de las prendas.

CONPLUMAS. Proyecto financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad. Hemos desarrollado un material compuesto biodegradable a partir de plumas de gallina y poliácido láctico. Se aprovecha un residuo proteico rico en queratina para la obtención de láminas para aplicaciones en construcción.

CÁÑAMO. Obtención y ennoblecimiento del Cáñamo para substratos textiles. Proyecto financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, consistente en el desarrollo de un proceso químico de algodonización del Cáñamo para la obtención de hilados de mezcla Cáñamo/Algodón, como alternativa a los problemas ambientales vinculados al cultivo extensivo e intensivo del algodón.

CIRCULARIDAD TEXTIL. Proyecto financiado por la Generalitat de Catalunya para la obtención de un hilado procedente del reciclado de ropa usada.

Laboratorio de Polímeros Textiles

¿CUÁLES CONSIDERA QUE SON LOS PRINCIPALES RETOS DE LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA?

En los últimos años, el ítem textil prácticamente ha desaparecido de las prioridades de investigación de las convocatorias públicas de financiamiento tanto en España como en Europa.

Sólo es posible conseguir recursos para la investigación textil a través de proyectos relacionados con el medio ambiente, la sanidad o las TIC en los que haya alguna relación con el textil. Ello nos obliga a trabajar con equipos humanos multidisciplinares y polivalentes.

Hoy en día es prácticamente imposible encontrar financiamiento público específico para investigar exclusivamente sobre hilatura, tisaje o tintorería.

En la mayoría de los proyectos europeos, los recursos concedidos sólo se pueden destinar a la contratación de personal y a fungible. Ya no puedes comprar equipamiento de investigación. Como mucho amortizar una parte. Las partidas presupuestarias de las administraciones para la adquisición de grandes infraestructuras de investigación textil son prácticamente inexistentes. Así es imposible renovar y actualizar los laboratorios.

El principal reto de un centro de investigación como el nuestro, es disponer de una financiación adecuada para garantizar su funcionamiento.

Los recursos públicos destinados a la investigación han disminuido de forma drástica en España. Desde 2010, los gobiernos de turno recortaron el gasto público en innovación un 70% hasta 3.000 millones, la misma cantidad que en el año 2000. En el año 2000 y en el 2010 se ejecutó el 85% del presupuesto. Se ha convertido ya en una tradición inflar la inversión en los Presupuestos y posteriormente sólo ejecutar una parte de la inversión prevista. En 2018 se presupuestaron préstamos a empresas innovadoras y sólo se adjudicó el 80%.

La inversión en I+D por habitante en España es de 302 euros anuales mientras que la media de la UE-28 es de 622.

Los países de la UE que más invirtieron en I+D con respecto a su PIB son Suecia (3,33%), Austria (3,16%), Dinamarca (3,06%) y Alemania (3,02%)

Solo Amazon invirtió 22.600 millones

de euros en el año 2017, en I+D, cuatro veces más que el Gobierno español. Creo que este dato lo dice todo.

¿SE PODRÍA AFIRMAR QUE SOMOS UN PAÍS PUNTERO EN INVESTIGACIÓN TEXTIL?

Históricamente España ha sido un país productor de textiles. La mayoría de la maquinaria, fibras, colorantes y productos auxiliares utilizados se han desarrollado en el extranjero. Actualmente los sectores más punteros en investigación y desarrollo textil se encuentran en las empresas de prendas deportivas de altas prestaciones, prendas de seguridad, aplicaciones sanitarias, tejidos industriales (filtros, construcción), textiles sostenibilistas, etc. Y, salvo honrosas excepciones, casi todo este tipo de empresas tienen sus centros de investigación y desarrollo fuera de España.
En España hay pocos equipos de investigación puntera en tecnología textil y la masa crítica de investigadores en este ámbito es muy pequeña.

¿QUÉ LE PEDIRÍA A LA NUEVA ADMINISTRACIÓN QUE GOBERNARÁ ESPAÑA EN LOS PRÓXIMOS CUATRO AÑOS?

Que cumpla estrictamente con lo aprobado en los presupuestos anuales de investigación y los ejecute en su totalidad.
Que destine a la investigación al menos el 2,0 % del PIB.
Que vuelva a introducir el ámbito textil en las prioridades de investigación de las convocatorias públicas.
Que incentive más la investigación en las empresas y facilite más el mecenazgo.

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES NECESIDADES TECNOLÓGICAS DE LAS EMPRESAS TEXTILES ESPAÑOLAS?

La producción textil en España se ha reducido mucho en los últimos decenios, pero las empresas que han sobrevivido son las que han apostado por la tecnología, la especialización y el alto valor añadido de sus productos. El nivel tecnológico de estas empresas es elevado y la demostración es la elevada demanda de Ingenieros textiles que tenemos en la UPC.

Laboratorio de Contaminación ambiental

La digitalización, la adaptación a la industria 4.0 y la sostenibilidad son, sin duda, los principales retos tecnológicos del sector.

USTEDES IMPARTEN FORMACIÓN PARA TRABAJADORES DEL SECTOR TEXTIL. ¿EN QUÉ CAMPOS SE CENTRA? ¿DETECTAN INTERÉS POR PARTE DEL SECTOR?

La Universidad Politécnica de Cataluña (UPC) es la única Universidad española que actualmente imparte estudios de Grado de Ingeniería textil. En la Escuela Superior de Ingeniería Industrial, Aeroespacial y Audiovisual de Terrassa impartimos los tres niveles de formación de ingeniería textil (Grado, Master y Doctorado). En la Universidad Politécnica de Valencia (Campus Alcoy), se ofrece, también, los niveles de Máster y Doctorado
La demanda de Ingenieros/as textiles en España es muy elevada. La mayoría de nuestros estudiantes de Grado en la UPC ya están trabajando en el último año de carrera y no damos abasto a suministrar suficientes ingenieros a la industria. Tanto en Cataluña como en la Comunidad Valenciana el sector empresarial textil se ha volcado en el apoyo a la formación universitaria de ingeniería textil dada la gran necesidad de incorporar estos perfiles profesionales a sus empresas.
En INTEXTER impartimos el programa de Doctorado en Ingeniería textil y el Doctorado en Ingeniería ambiental de la UPC. En la mayoría de las 11 tesis doctorales que tenemos en curso, nuestros doctorandos se incorporan a trabajar en los proyectos de investigación que estamos implicados.
Desde nuestra creación en el año 1962, hemos formado a más de 50 doctores que posteriormente se han incorporado a diversas universidades españolas, portuguesas, latinoamericanas, norteafricanas o centros de investigación textil en estos y otros países.

USTED IMPARTIÓ LA PRIMERA ASIGNATURA DE SOSTENIBILIDAD EN LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CATALUNYA. ¿CÓMO HA CAMBIADO LA SENSIBILIDAD SOBRE ESTA MATERIA DESDE ENTONCES?

La asignatura fue diseñada en el marco de los objetivos de la Agenda 21 de la Cumbre de Rio de 1992 donde se hablaba de la necesidad de "reorientar la educación hacia el desarrollo sostenible". La caída del muro de Berlín en 1989 generó un optimismo institucional y la creencia que los recursos destinados hasta entonces a la guerra fría se podrían destinar a medio ambiente y cooperación al desarrollo. Ello dio lugar, durante la década de los 90 del siglo XX, a una efervescencia de bien intencionadas cumbres internacionales que basaban sus propuestas en esta creencia.
Hace 20 años, no fue fácil introducir contenidos humanísticos propios de la sostenibilidad en una Universidad Politécnica y en un formato no presencial en una Universidad presencial como la

nuestra. Se trataba de una asignatura que podían cursar todos los estudiantes de la UPC desde su casa y llegamos a tener 1.000 estudiantes al año. Ello nos generaba bastantes problemas logísticos para los que nuestra Universidad, entonces, no estaba preparada.
Con la aplicación del Plan Bolonia, la asignatura se reconvirtió a un formato presencial como obligatoria para todos los estudiantes de Grado de Ingeniería. Esto fue un éxito puesto que antes del 2000 era impensable que en una Universidad Politécnica hubiera una asignatura obligatoria de sostenibilidad al mismo nivel que álgebra, cálculo, física o química.
Llegó la crisis económica y la asignatura se mantuvo, pero los recortes, como en otras instituciones, afectaron también a las políticas institucionales de sostenibilidad, que se vieron muy reducidas.
Hemos avanzado mucho en la sostenibilización curricular, pero nos queda todavía mucho camino para recorrer.

"Hay tecnología suficiente para obtener productos textiles más limpios"

¿CUÁL DEBERÍA SER LA RELACIÓN LÓGICA ENTRE EL TEXTIL Y LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL?

Actualmente la industria textil es, después del petróleo, el segundo sector industrial más contaminante del mundo. Las emisiones de gases de efecto invernadero de este sector, por ejemplo, son mayores a las emitidas por la aviación y el transporte marítimo juntos. Sin embargo, esta incontestable realidad se debe, en buena medida, a una mala praxis. Hoy en día hay tecnología suficiente para depurar las aguas residuales textiles y obtener productos textiles mucho más limpios.
La solución pasa por el ecodiseño, es decir la concepción de los productos textiles teniendo en cuenta todo su ciclo de vida. Es necesario diseñar una camisa pensando en cómo se va a reutilizar o reciclar al final de su vida útil. Hasta ahora hemos diseñado pensando en el precio, la estética o la funcionalidad. Unos tejanos de algodón 100 % son fácilmente reciclables. Si le añadimos un 2 % de fibra elastómera, el pantalón será más cómodo, pero tendrás un problema si quieres reciclarlo. Los materiales compuestos tienen habitualmente unas propiedades de uso espectaculares pero su reciclabilidad es casi nula y, por lo tanto, no se puede cerrar el ciclo.
Los retos tecnológicos para afrontar estos problemas utilizando la lógica de la sostenibilidad son apasionantes.
El futuro pasa por un sistema de responsabilidad ampliada bajo el principio europeo de que "quien contamina paga"; en definitiva, deberá pagarse para gestionar la limpieza de la contaminación. De la misma manera que los fabricantes de envases, de neumáticos o de aceite de automoción pagan para la gestión ambiental de estos residuos, lo mismo sucederá en el textil. Una parte del precio de venta de un producto textil será el coste de la gestión ambiental de este producto cuando finalice su vida útil. Nos tocará internalizar las externalidades.
De la misma forma que hace años, con la polémica de los trasvases se asumió la nueva cultura del agua, será necesario también una nueva cultura de la moda que supere la insostenible "fast-fashion". Se avecinan importantes cambios de paradigma ambiental en el sector textil.

¿EL TEXTIL ESPAÑOL APRUEBA EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD?

Si miramos hacia atrás nos daremos cuenta de la magnitud de nuestros avances, pero si miramos hacia delante veremos el largo y duro camino que todavía nos queda por realizar.
Las empresas son conscientes que tienen que incorporar a fondo la cultura sostenibilista en su praxis diaria. Ello se ve incentivado por una creciente demanda de productos textiles sostenibilistas debido a la mayor exigencia de los consumidores.
Sin embargo, no hay que olvidar que la sostenibilidad es por encima de todo una demanda ética, no únicamente una oportunidad para mejorar la competitividad de nuestra empresa.

LA ECONOMÍA CIRCULAR ES UNO DE LOS EJES DE LA SOSTENIBILIDAD. ¿EN QUÉ PUNTO SE ENCUENTRA EL TEXTIL ESPAÑOL EN ESTE ASUNTO?

La industria textil ha sido, de toda la vida, uno de los sectores recicladores

Laboratorio de Tecnología Textil Química

por antonomasia. No por conciencia ambiental sino por oportunidad. Ello ha dado lugar a un sector industrial específico: el de los regenerados. En Olot y Alcoy se concentraba la mayor parte de este sector que aprovechaba los residuos generados por el textil de cabecera y confección. La disminución de la producción textil española ha reducido la generación de estos residuos que dificulta la viabilidad de estas empresas.

La tecnología textil de los regenerados es muy solvente y conocida. La hilatura "open-end" ha contribuido, sin duda, a su desarrollo.

En España, cada año, tiramos 900.000 toneladas de textiles a los basureros. Esta malversación de residuos (porque en realidad son recursos) es imperdonable. La potencialidad de circularidad de los residuos textiles y de la ropa usada es enorme. El hecho que próximamente África ya no acepte ropa de segunda mano europea, la prohibición de incinerar los excedentes de las colecciones de moda y los cambios normativos que obligarán a aumentar la recogida de la fracción textil en los de residuos municipales abrirá grandes expectativas de negocio en este sector durante los próximos años.

¿QUÉ NOS PUEDE ADELANTAR DE LA 2ª JORNADA "INDUSTRIA TEXTIL Y SOSTENIBILIDAD" QUE DESARROLLARÁN EL PRÓXIMO 7 DE JUNIO?

Acabamos de lanzar la convocatoria de esta segunda Jornada. El programa tiene tres partes: una primera de análisis y reflexión sobre los retos actuales en sostenibilidad textil: economía circular, reciclado de ropa, certificación ambiental; una segunda donde se mostrarán los proyectos sostenibilistas en los que estamos trabajando en el INTEXTER y un tercera donde se expondrán experiencias de éxito de empresas textiles en el ámbito de la sostenibilidad como Hilaturas Ferre, la empresa de moda H & M, y los diseñadores de Back to Eco.

Para más detalles de programa e inscripciones pueden consultarlo en la página web: https://www.upc.edu/intexter/ca/jornada-industria-textil-sostenibilitat

Acto inaugural de la Jornada Textiles para la Medicina y la Salud

Acto inaugural de la 1ª Jornada Industria Textil y Sostenibilidad

Público asistente a la 1ª Jornada Industria Textil y Sostenibilidad

¿SERA EL TEXTIL TÉCNICO, EN EL FUTURO, LA ÚNICA POSIBILIDAD DE SALVAR EL SECTOR EN EUROPA?

Las empresas textiles donde hay mayor nivel tecnológico y demanda de ingenieros e incluso perfiles de investigación y desarrollo se encuentra, sin duda, en los textiles técnicos y en especialidades de textiles convencionales. Los productos fabricados por estas empresas tienen un mayor valor añadido, margen comercial y representan actualmente más del 40 % del sector textil europeo.

Más de la mitad de nuestros alumnos se emplean en este sector. ■

Fimi renueva imagen y concepto de cara a su próxima edición

El certamen ya prepara su próxima edición, que se desarrollará del 5 al 7 de julio de 2019 con las colecciones para primavera/verano 2020 y presenta un paquete de cambios centrado en imagen y concepto.

Félix Vázquez coordinará el proyecto de imagen/moda de Fimi junto con el equipo de "Me encanta pensar contigo", encargado de la renovación del logo y de la generación de nuevos espacios.

"Los espacios estarán diseñados para que la exposición de las colecciones prime sobre cualquier elemento, distribuidos en un recorrido en el que los apuntes sobre moda surjan como piezas inspiracionales para los profesionales que la visiten", subrayan. Y añaden: "Fimi sorprenderá con una estética y temática renovadas para despertar los sentidos de las marcas participantes y de los visitantes. Los ejes centrales del pabellón serán puntos de encuentro en los que a lo largo del día se desarrollará una agenda de contenido y concepto". La estrategia de comunicación evolucionará respecto a ediciones anteriores.

En esta ocasión, a través de su nueva imagen y con el color como primer paso hacia esta transformación: el "Color of the year 2019" por Pantone. La información a través de la web, videos en directo y la interacción a través de las redes sociales cierran la estrategia global para la próxima edición.

Sin olvidar el refuerzo en equipos comerciales que internamente ha realizado Feria Valencia y a la coorganización de Feria Valencia e Ifema.

APUESTA POR LA DIGITALIZACIÓN

La Feria Internacional de la Moda Infantil y Juvenil, FIMI, apuesta por la digitalización, y es que el 90% de sus visitantes acceden a los servicios, contratación e información a través de su web.

"El evento de moda infantil en España no pierde la oportunidad de ofrecer el mejor servicio a su visitante vía on line. La presencia del comprador extranjero es clave para el servicio on line que ofrece la feria internacional", subrayan sus organizadores.

No obstante, y tal y como comenta la directora del certamen, Alicia Gimeno, "al comprador le gusta y es clave para la compra el tacto de la prenda, algo que una foto no puede transmitir. La experiencia de compra es definitiva a la hora de la venta en el sector infantil. Algodones, tejidos naturales, bordados o detalles en el 80% son la decisión de compra para el retailer".

Cada vez más se adquieren colecciones por la calidad del tejido 100% algodón, certicados GOTS e incluso tejidos UPF, acrónimo inglés de "Ultraviolet Protection Factor" (Factor de Protección Ultravioleta) que es básicamente, la capacidad de una tela o material para evitar el paso de la Radiación Ultravioleta.

La próxima edición, donde se presentarán las colecciones para el próximo verano 2020 será clave a la hora de seleccionar la ropa de baño.

Botellas de plástico para fabricar ropa

Nómada, un proyecto emprendedor que utiliza como materia prima las botellas de plástico de la Barceloneta y otras playas de Barcelona para diseñar y confeccionar ropa ha sido elegido como el Proyecto Empresarial con mayor impacto social y medioambiental en la categoría de menores de 30 años en las jornadas Emprende24 Barcelona.

Los principales ganadores de un evento que premia la sostenibilidad

Este evento se ha celebrado en la ciudad condal para impulsar durante 24 horas la creación de negocios mediante talleres y asesoramientos. Un total de 35 personas han participado en alguna de las dos categorías del concurso: mayores y menores de 30 años.

El proyecto Nómada, creado por la joven Loubna Barrouhou, guarda relación con el movimiento global #Trashtag-Challenge que desafía a eliminar basura de los espacios naturales del mundo y se suma a una nueva tendencia de negocios sociales y responsables con el planeta.

Un jurado de especialistas ha fallado los premios, valorados en más de 8.000 euros. La dotación de los premios consiste en ofrecer gratuitamente a estos emprendedores diversos servicios y productos que necesitarán para arrancar sus negocios, como la creación de sus páginas web, la elaboración de su plan de ventas, asesoría fiscal y laboral o el asesoramiento técnico, análisis y validación del plan de empresa.

Y también en esta misma categoría se ha premiado a Maria Karya como el Proyecto Empresarial más innovador, un negocio creado por Alexia Siontas que diseña ropa de alta costura para novias con materiales responsables, acompañando a las consumidoras en todo el proceso de creación del vestido y satisfaciendo sus demandas.

Por otra parte, en la categoría de mayores de 30 años se ha galardonado a Ananda Root, de Marcela Bustos con el premio al Proyecto Empresarial más viable, que consiste en la confección de ropa de yoga y bolsas de la compra multiusos de algodón orgánico y otros materiales medioambientales responsables.

Emprende 24 Barcelona ha estado organizado por Acción contra el Hambre y financiado por el Fondo Social Europeo, el Ayuntamiento de Barcelona, la Fundación INCYDE y la Fundación ALSTOM. Ha contado con la colaboración de Mashup, ACEDE (Asociación Catalana de Directivos, Ejecutivos y Empresarios), Tandem Social, Microbank, la entidad Acción Solidaria contra el Paro, y Estrella Damm. ■

Innovation Fashion Forum volverá a unir moda y tecnología

Tras el éxito cosechado en sus dos primeras convocatorias, Innovation Fashion Forum celebrará su tercera edición el próximo 3 de julio en IFEMA, Feria de Madrid. Un año más Moda, Innovación, tecnología y "start ups" se dan cita de nuevo en Madrid en este evento impulsado por IFEMA, a través de sus eventos Momad y Mercedes-Benz Fashion Week y organizado por el medio digital Modaes.es con el apoyo de Adigital.

Innovation Fashion Forum analizará las claves del sector de la moda y su transformación tecnológica de la mano de directivos nacionales e internacionales y expertos de primer nivel en ámbitos como la innovación o la transformación tecnológica y digital.

Alrededor de una veintena de ponentes se darán cita en la jornada, que contará con más de tres horas de espacios "networking" en los que los asistentes podrán realizar contactos importantes con otros expertos del sector, intercambiar ideas, experiencias y formas de trabajo.

Destacarán los espacios "networking"

En su primera edición, en 2017, Innovation Fashion Forum reunió a más de 450 profesionales del sector; y en su segunda convocatoria el pasado año congregó a más de 500 empresarios. ■

Mercedes-Benz Fashion Week Ibiza tendrá nueva pasarela

La próxima edición del evento se celebrará el 30 de mayo para presentar las nuevas propuestas de cinco firmas nacionales y un diseñador internacional invitado.

Además, los desfiles transcurrirán en una nueva pasarela ubicada sobre la piscina del Ushuaïa Ibiza Beach Hotel – The Club. Una nueva ubicación, con un mayor aforo y una espectacular puesta en escena, donde la música y la moda se darán cita.

Los diseñadores Juanjo Oliva y robertodiz se estrenan en esta tercera edición de Mercedes-Benz Fashion Week Ibiza junto a Alvarno, Andres Sarda y The 2nd Skin Co, ya habituales en esta pasarela. Además, el evento mantiene su vocación internacional y contará con el holandés David Laport como creador invitado.

MBFWIbiza está organizada por Mercedes-Benz España, Ushuaïa Ibiza Beach Hotel e IFEMA, a través de su dirección de Moda y Belleza. ■

Los desfiles transcurrirán en una nueva pasarela

China, país invitado en Pitti Immagine Uomo

La próxima edición del certamen, que se desarrolla en Florencia (Italia) del 11 al 14 de junio de 2019 tiene a China como "Guest nation" (País invitado). Los nombres más prometedores de la nueva escena creativa china serán los protagonistas de un proyecto promovido por la Fondazione Pitti Immagine Discovery en colaboración con la Shanghai Fashion Week.

11 diseñadores serán los protagonistas seleccionados para presentar sus colecciones con una exposición en Fortezza da Basso en la ubicación de Grotte, acompañada por una serie de eventos y proyectos especiales.

"Guest Nation China" es un proyecto a cargo de Labelhood, la incubadora de moda para diseñadores emergentes y una de las tiendas más innovadoras de China, organizada en colaboración con V/Colective y que está impulsada por Tmall, y apoyada por por Converse, Florentia Village, GXG, Huili, Hong Mian y Neos (sponsor).

Los nombres principales de "Guest Nation China" son: 8on8, Danshan, Ffixxed Studios, Junwei Lin, Percy Lau, Private Policy, Pronounce, Samuel Gui Yang, The Flocks, Staffonly y y untitlab. ■

Shibuya es un epicentro para la moda mundial

El calzado español pone el punto de mira en Japón

La Federación de Industrias del Calzado Español (FICE), con el apoyo de ICEX España Exportación e Inversiones, organiza los días 23 a 25 de julio la edición 32ª de la exposición comercial de calzado español "Shoes from Spain Exhibition".

"Shoes from Spain Exhibition" es la principal plataforma para que las marcas de calzado españolas presenten las colecciones a los clientes japoneses. La exposición se celebra dos veces al año y está dirigida exclusivamente al público profesional. La oferta de producto es amplia e incluye colecciones de mujer, hombre y niño.

Para la próxima edición de julio, ya han confirmado su participación empresas con alto reconocimiento en los mercados europeos como Castañer, Victoria, Toni Pons, Igor o Castellano 1920 Madrid. También presentarán las nuevas colecciones marcas emergentes como Barqet, Naguisa y New Lovers Shoes. En total, se espera contar con más de 30 marcas españolas.

Los expositores presentarán en primicia al mercado nipón las colecciones de primavera-verano 2020 en el recinto EBiS303 del distrito Shibuya, centro neurálgico de la ciudad donde se concentran las sedes y oficinas de muchas empresas de moda en Tokio. La última edición de verano de 2017 reunió a más de 700 visitantes.

A través de esta actividad, que se ha organizado de forma ininterrumpida durante los últimos 16 años, el sector calzado español confirma su fuerte compromiso con el mercado nipón.

NUEVAS OPORTUNIDADES COMERCIALES TRAS LA LIBERALIZACIÓN DEL COMERCIO

El tratado de libre comercio entre la UE y Japón entró en vigor el 1 de febrero de 2019. Desde entonces, ha desparecido el tradicional sistema de cuotas vigente para el calzado en piel. Por otro lado, los aranceles para toda tipología de calzado se reducirán anualmente hasta llegar al arancel cero en 10 o 15 años, en función de la partida arancelaria.

La liberalización del comercio suele tener un impacto positivo en las exportaciones españolas de calzado. Así, las exportaciones a Corea del Sur han aumentado más de un 500% en volumen y 450% en valor desde la entrada en vigor del tratado de libre comercio en 2011.

Y una situación similar está ocurriendo con Canadá tras la firma en 2017 del acuerdo CETA: las exportaciones españolas al país norteamericano han ascendido un 20% en pares y 23% en valor solo en 2018. ■

La Asociación de Componentes presenta las tendencias para el otoño-invierno 2020-21

El Centro de Congresos de Elche ha acogido la presentación de las Tendencias de Moda para otoño-invierno 2020-2021 del sector del calzado y los componentes. El aforo se ha completado para conocer de primera mano las propuestas que ha presentado la consultora en tendencias de moda WGSN.

La sostenibilidad en los materiales utilizados sigue siendo una tendencia que va en aumento

La especialista en moda de WGSN Europa, María Eugenia Errobidarte, ha explicado que "lo más importante es el triunfo de la sostenibilidad y el resurgir de lo retro y lo vintage". Ha destacado que a la "Generación Z y a los Millennials una de las cosas que más les importa es comprar de manera sostenible".

Y ha añadido que "el calzado va a tener una estética un poco más rococó y con estilos más victorianos", destacando los materiales sostenibles, como "el cuero vegano, el cuero hecho de piña o el que se hace a partir de pieles de coco. El de piña va a ser la más fundamental".

En cuanto a los colores ha hecho hincapié en el amarillo y el violeta para la mujer y el gris y el marrón para el hombre; en este último caso también unido al mensaje de sostenibilidad".

A nivel global, ha señalado que "las paletas de colores están cambiando bastante: el verde o el pastel no son sólo para primavera, sino que ahora también se usa en otoño-invierno. Incluso un color neón menta".

Errobidarte también ha afirmado que las "temporadas están cambiando, porque la gente ya no se viste de una determinada manera para cada temporada, sino que hay un armario que sirve para cualquier estación del año. Algo que va ligado también a la sostenibilidad, porque la gente compra pensando en que una prenda no sirve para una temporada, sino para varias". Ha concluido que "el consumidor va a querer que todo sea cada vez más duradero".

El presidente de la Asociación Española de Empresas de Componentes para el Calzado, Manuel Román, ha dicho en su discurso que "el sector tiene que evolucionar, todos somos responsables de las decisiones que tomamos cada día y la transformación debe surtir efecto en el panorama industrial, en la economía y en la sociedad". Ha añadido que "estamos inmersos en un mundo cada vez más complejo, por lo que hay que buscar oportunidades de innovación y crear el contexto adecuado".

De cara al futuro cercano ha señalado que en el sector va a irrumpir la "bioingeniería, el bioplástico, los colores creados en laboratorio, textiles y materiales celulares". Y a todo ello hay que añadir "la digitalización, la imagen de marca, el diseño, la innovación, la industria colaborativa y la economía circular.

El alcalde de Elche, Carlos González, que también ha intervenido en el acto, ha destacado la importancia de la Asociación y del sector, del que ha dicho que es "dinámico y emprendedor". Ha hablado de la feria Futurmoda señalando que "en muy pocos años ha pasado de ser un certamen que luchaba por la supervivencia a convertirse en una feria sólida y una cita ineludible en el calendario internacional". Ha añadido que es "importante para Elche, porque una feria con tanta proyección internacional da recursos a la ciudad y da visibilidad en el liderazgo de la industria de calzado".

AEC y Ecommaster firman un convenio de colaboración

AEC y Ecommaster, escuela especializada en Marketing Digital y Ecommerce han firmado un convenio de colaboración para ayudar y formar a los profesionales del sector de los componentes para el calzado con el objeto de aportar conocimientos, herramientas y soluciones que permitan a las empresas del sector ser más competitivas a nivel internacional.

Gracias al aumento del comercio electrónico a nivel internacional por las comodidades que ofrece a los usuarios y la variedad de productos, muchas empresas están arriesgándose a entrar en la economía digital por medio del e-commerce.

"De esta manera, y aun teniendo en cuenta que las empresas de componentes para el calzado, no todas, se centran más en la operativa comercial B2B tradicional de venta directa de productos y servicios, materiales y componentes para el calzado y la marroquinería a través de su red comercial, eso no les priva de tener que abordar con cierta celeridad la entrada en el mundo digital de una manera global, en la que puedan no solo promocionar sus productos, sino en algunos casos, incluso, comercializarlos y venderlos al consumidor final", subrayan desde AEC.

La trasformación en el proceso de compra del sector moda en España está conllevando un cambio importante por el crecimiento de las ventas a través de Internet. Concretamente el sector del calzado es el que mas crece, siendo líder en ventas de moda a través de internet con un 7,5%, seguido de los Accesorios, el Textil hogar y las Prendas de vestir, según declaraba recientemente en una presentación celebrada en AEC, Francisco Sanchis, director de Consultoría de Negocio de la Consultora PWC.

"Entendiendo los cambios en los hábitos de compra que ya experimentamos a través de Internet y la velocidad a la que el consumidor y la tecnología evoluciona, las empresas que operan en un sector industrial B2B tendrán que aplicarse para poder mantener su nivel de posicionamiento y cuota de mercado si quieren seguir comercializando sus productos en un futuro no muy lejano", destacan desde AEC.

Así lo demuestra un estudio reciente publicado por 'The Content Marketing Institute' que descubrió que casi el 90% de las empresas B2B ahora usan el marketing de contenidos como núcleo central de su estrategia de marketing digital. "Y el 52% de las compañías que actualmente no tienen un plan de marketing digital B2B afirman que lo harán dentro de los próximos doce meses". ■

Imagen de la firma del acuerdo

Toni Pons inaugura su segunda tienda en Sevilla

La marca de alpargatas Toni Pons sigue con su crecimiento en retail; por una parte, a través de la apertura de tiendas propias (recientemente subió la persiana la primera tienda Toni Pons en País Vasco, en San Sebastián) y por otra parte, mediante la apertura de tiendas Toni Pons a través de socios franquiciados.

Este es el caso de la nueva tienda Toni Pons en Sevilla, una franquicia que se inauguró el pasado viernes 26 de abril en la calle Alcaicería de la Loza, 9. Ésta es la segunda tienda de la marca en la capital andaluza, ya que, en noviembre de 2018, Toni Pons abrió un establecimiento propio en la calle Sierpes, 66.

La localización de sus tiendas es un aspecto clave para Toni Pons; por eso la Calle Alcaicería, que ha sido sede de comerciantes desde tiempos inmemoriales, ha sido el emplazamiento escogido para abrir la nueva franquicia.

Esta nueva tienda es un espacio con carácter mediterráneo, con la alpargata como protagonista y donde cualquiera puede encontrar su modelo ideal. Además, el producto estrella se acompaña con complementos de temporada y opciones de calzado invernal para las épocas más frías del año. ■

El certamen tiene un carácter muy internacional

Home Textiles Premium by Textilhogar alcanza el 75% de ocupación

Home Textiles Premium by Textilhogar ha iniciado con fuerza su campaña comercial para su próxima cita, que se celebrará del 11 al 13 del próximo mes de septiembre en Caja Mágica de Madrid.

El certamen, que de nuevo se presenta como el único salón 100% especializado en textiles para el hogar, decoración y tapicería que se celebra en nuestro país, ha superado ya el 75% de la ocupación prevista a falta aún de más de cinco meses para su arranque.

Con ello, las previsiones vuelven a ser optimistas para un certamen que en la pasada edición ya acogió la oferta de 87 expositores que representaban a 237 firmas y marcas tanto nacionales como internacionales.

UNA NUTRIDA OFERTA

Para la cita de este mes de septiembre, Home Textiles Premium by Textilhogar ha confirmado ya la renovación de un alto porcentaje de los expositores presentes en la convocatoria de 2018, entre ellos las firmas referentes del sector y que, año tras año, eligen la feria impulsada por Feria Valencia y Ateval-Home Textiles From Spain.

Entre la nómina de firmas que ya han confirmado su presencia en Caja Mágica de Madrid figuran Texere, Abecasa, Aznar Textil, Cañete, Casper Dos, Castilla Textil, C&D Fabrics, Comersan, Cotopur Kamasana, Creaciones Euromoda, Dabedan, Destiny Decor, Martina Home by Enguitex Home, Eysa Confección, KA International, Francisco Jover o Froca.

Del mismo modo, también repiten enseñas como Galerías Álvarez Decoración, Globaltex Home, González Llado, Grucotex, Antonio Ferre – Oxid, Industrias Bitex, Murtra, Cisne Rojo, Juan Campos, Levantex Bocairent, Level Fabrics o Manuel Revert.

Además, la extensa lista continúa con la confirmación de firmas como Belnou, La Tapicera, Piel SA, Rafsol, Rioma, Rosatex Exclusive, SG Hogar, Pikolin Home o Frances Home Textiles.

El escaparate de Home Textiles Premium en Caja Mágica se sigue completando con la presencia de firmas del calibre de Athenea, Antilo, Casa Moda, Textiles Joyper, Texol, Textiles Pastor, Textiles Reina, Arce – Textiles Bordados, Visatex, Textils Mora, Tuvatextil, Yebane o Zabala Group.

UNA CITA CONSOLIDADA

Según explica el director del certamen, Máximo Solaz, “después de cuatro ediciones somos una feria ya absolutamente consolidada dentro del sector y que puede decir que es la única 100% especializada en el sector, con un perfil de visitante nacional e internacional muy profesional y que garantiza una alta probabilidad de negocio para nuestros expositores”.

El salón va a presentar una oferta muy variada

El director ha querido agradecer la confianza de las empresas expositoras que año tras año repiten "con un alto porcentaje de renovación" así como el impulso que el certamen recibe desde la patronal Ateval – Home Textiles From Spain para fortalecer "la feria del sector y una plataforma de negocio de primer orden".

Por su parte, la directora del Área de Internacionalización de ATEVAL, Leila Bachetarzi, ha destacado el carácter "fuertemente internacional de la feria, ya que en nuestra última edición recibimos a compradores muy cualificados procedentes de 33 países procedentes tanto de la misión comercial que coordina ATEVAL – Home Textiles From Spain con el apoyo de IVACE Internacional e ICEX como a iniciativa propia".

La cita ultima, además, su programa de actividades paralelas en el que, en el marco de la exposición comercial en Caja Mágica de Madrid, se van a articular diferentes iniciativas destinadas al profesional de la prescripción como interioristas, arquitectos o decoradores, un perfil cada vez más destacado en el negocio del textil para el hogar, tapicería y decoración.

NUEVA IMAGEN

Home Textiles Premium by Textilhogar ha renovado su imagen para su próxima edición, que se celebrará del 11 al 13 del próximo mes de septiembre en Caja Mágica de Madrid.

La cita, único salón 100% especializado en textiles para el hogar, decoración y tapicería que se celebra en nuestro país, ha vuelto a confiar en el estudio valenciano Granissat para realizar un completo 'restyling' a la imagen corporativa del certamen en un momento de claro crecimiento y afianzamiento en los mercados internacionales de la marca Home Textiles Premium by Textilhogar.

En este sentido, la nueva imagen de Home Textiles Premium para 2019 consolida el tono "premium" de la marca con una propuesta que tiene este año como protagonistas los estampados y las texturas del textil de una forma moderna que reivindica al sector y a la propia feria como un potente motor de negocio.

"Una imagen fresca y viva centrada en formas y colores sorprendentes para un evento de referencia. HTP es una feria que evoluciona, que crece y que se anticipa a la moda que está por venir", apuntan desde el propio estudio.

Además, Home Textiles Premium by Textilhogar ha querido vincular su eje comunicativo en torno al 'Made in Spain' y, concretamente, en el Mediterráneo. "Los colores elegidos nos sitúan de una manera sutil en España, pero sin perder de vista el mar Mediterráneo vinculando de este modo la Feria al territorio valenciano como origen y epicentro del sector textil. La imagen va consolidando poco a poco la identidad de la feria que empezó a realizarse en 2018. Así Home Textiles Premium crea tendencia año tras año, así como un tejido propio sólido, actual y reconocible, situándonos al frente de las ferias textiles de Europa", explican desde Granissat.

NUEVA WEB Y APUESTA POR EL LENGUAJE DIGITAL

En esta línea, el certamen también ha abordado una profunda remodelación de la web oficial https://www.hometextilespremium.com/. El visitante, en este sentido, encontrará una web más ágil, en la que prima la estética y el diseño y adaptada a los diferentes dispositivos móviles.

Además, de cara a la próxima edición se va a potenciar la interacción con las redes sociales con una apuesta por el lenguaje digital y los canales oficiales de Home Textiles Premium by Textilhogar en Facebook e Instagram.

HOME
TEXTILES
PREMIUM

BY TEXTILHOGAR

La Feria Internacional de Textil Hogar en España. El mejor escaparate para los mercados Internacionales.

MADRID - CAJA MÁGICA
11, 12 y 13 de septiembre 2019

FERIA VALENCIA

ATEVAL

GENERALITAT VALENCIANA

iVACE INTERNACIONAL

ICEX

Los integrantes del Consejo de Tendencias, reunidos en la ciudad alemana de Frankfurt

Heimtextil 2020: El Consejo de Tendencias fija cinco nuevas orientaciones de diseño

Comienzan los preparativos para Heimtextil 2020 con la reunión del Consejo de Tendencias que aconteció en Frankfurt (Alemania) los días 20 y 21 de marzo de 2019.

Estuvieron presentes Anne Marie Commandeur, Grietje Schepers y Harm Rensink del Stijlinstituut Amsterdam (Holanda), Caroline Till y Titia Dane de Studio FranklinTill (Reino Unido), así como Anja Bisgaard Gaede con su agencia Spott trends + business (Dinamarca). Cabe reseñar que Stijlinstituut Amsterdam será responsable de la concepción e implementación del Libro de Tendencias y su presentación en la feria, en enero de 2020.

Durante dos intensos días, los investigadores de tendencias reunieron las tendencias más relevantes de los ámbitos de la arquitectura, interiorismo, moda y arte y debatieron su impacto en el hogar y los textiles para el contract. Particularmente reseñable fue la gran variedad y riqueza de inspiraciones y proyectos destacados que, a pesar de su aparente diversidad, se combinan para formar un conjunto de tendencias coherente.

El Stijlinstituut Amsterdam utilizará el resulto obtenido para determinar cinco orientaciones de diseño que se desarrollarán de forma tangible y que se ilustrarán a través de los productos presentados por los expositores de Heimtextil.

"El objetivo central del Consejo de Tendencias es dar sentido a la creciente cacofonía de las tendencias actuales, "hypes" y modas. También es nuestro objetivo enforcar temas relacionados con el futuro yendo más allá de la temporada", afirma Olaf Schmidt, vicepresidente de Textiles y Tecnologías en Messe Frankfurt.

En este contexto, las tendencias de Heimtextil para el 20/21 se complementarán con una biblioteca de materiales que incluirán materiales innovadores, sostenibles y demostrar su potencial específico para la industria y el diseño de interiores.

Por su parte el Libro de Tendencias de Heimtextil, que estará disponible a partir de septiembre, y el espacio de alta calidad dedicado a las tendencias durante la feria proporcionará ilustraciones concretas de las tendencias en lo concerniente a temas, colores, materiales, texturas y diseños.

UN INSTRUMENTO RECONOCIDO POR LA INDUSTRIA

Las tendencias de Heimtextil, que Messe Frankfurt ha estado presentando anualmente desde 1991, son consideradas como un instrumento que marca tendencia para el sector global de la industria textil.

El concepto general incluye un gran paquete de servicios para fabricantes, usuarios y distribuidores: Messe Frankfurt primero invita al sector a prepararse para la próxima temporada con un avance a finales de verano. Los diseñadores responsables presentan el nuevo Libro de Tendencias de Heimtextil como parte de este evento, que se completa con tarjetas de colores e información detallada sobre las tendencias individuales de diseño.

Los expositores de Heimtextil reciben esta publicación antes de la feria como una valiosa ayuda de orientación para el diseño de producto y la creación de las colecciones.

La próxima edición de Heimtextil se desarrollará del 7 al 10 de enero de 2020.

Expofranquicia 2019 clausura con éxito su edición más internacional

El Salón Internacional de la Franquicia cerró su vigésimo quinta edición con un marcado carácter internacional. Un total de 15.085 visitantes pudieron conocer la oferta de más de 500 enseñas en expansión activa de más de 20 sectores.

Otro de los rasgos de esta edición del Salón fue la alta afluencia de inversores internacionales; en concreto, de 45 países, destacando el crecimiento de visitantes de Alemania, Bélgica, Brasil, Colombia, Costa Rica, Estados Unidos, Francia, México, Suiza y Uruguay con respecto a la anterior edición.

Mencionar también el alcance del Salón a nivel nacional, con un 40% de los visitantes de fuera de Madrid, procedentes de 19 Comunidades Autónomas.

La vigésimo quinta edición del Salón potenció la presencia internacional, con la participación directa de enseñas de Argentina, Bélgica, Dinamarca, Estados Unidos, Francia, Italia, México y Países Bajos, además de las múltiples propuestas de negocio presentadas de forma agrupada por la Agencia Italiana para el Comercio Exterior; las consultoras americanas Invierte en Estados Unidos y "United Franchise Group"; la "Association of Chain and Franchise Promotion", de Taiwán; y "MFV Expositions".

En cuanto a los visitantes cabe señalar que el 44% de ellos manifestó su intención de adquirir una franquicia en el plazo máximo de un año, y que un 4% acudió al Salón en busca de un acuerdo máster franquicia.

En cuanto a la capacidad inversora de los visitantes, un 30% situaba su objetivo en presupuestos de hasta 30.000 euros; un 29% entre 30.000 y 60.000 euros; un 20% entre 60.000 y 120.000 euros; un 9% entre 120.000 y 180.000 euros; un 6% entre 180.000 y 300.000 euros; y el 6% restante acudió al Salón con la intención de invertir cantidades superiores a los 300.000 euros.

CONSEJO MUNDIAL DE FRANQUICIAS, WORLD FRANCHISE COUNCIL (WFC)

En el marco de Expofranquicia 2019 se celebró el primer Consejo Mundial de Franquicias ("World Franchise Council", WFC) organizado por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF). Esta cita reunió a 40 asociaciones empresariales de franquicias, representando a América del Norte, la Confederación Asia-Pacífico, Iberoamérica y Europa, contando con España como país anfitrión.

En este Consejo, las asociaciones participantes pudieron establecer sinergias y compartir experiencias, que les permitieron fijar objetivos y líneas de actuación respecto al sistema de franquicias a nivel global. La presidenta de AEF, Luisa Masuet, asegura que, tras la celebración del WFC por primera vez en España "la franquicia española sale muy reforzada, y estamos convencidos que esta cita va a marcar un antes y un después para todos los que trabajamos por y para este sistema de negocio".

Además de la exposición comercial y la celebración del "World Franchise Council" (WFC), el Salón acogió un año más el Foro Madrid Franquicia, un espacio de orientación, información y asesoramiento, organizado en colaboración con la Asociación Española de Franquiciadores, AEF y diversas consultoras especializadas en franquicia.

Checkpoint Systems introduce su nueva plataforma de software inteligente

La compañía especializada en soluciones para la disponibilidad de la mercancía en el sector minorista ha hecho oficial el lanzamiento de Halo, su solución de IoT para el sector detallista.

Bajo este nombre, Checkpoint integra en una única plataforma de software inteligente todas las aplicaciones y servicios conectados aplicables a cada comercio minorista. Halo permite, por un lado, controlar todos los dispositivos conectados de cada tienda, y por otro, recopilar y procesar los datos generados para generar "reportings" que faciliten la gestión del negocio y la toma de decisiones.

Halo facilita la máxima eficiencia en un tiempo mínimo

"Halo es la respuesta a los desafíos que enfrentan los retailers actualmente y se une a la gama de soluciones de venta inteligente de Checkpoint para controlar y proteger todo tipo de artículos. Esta solución cuenta con el respaldo de Microsoft Azure, uno de los proveedores de servicios en nube más importantes del mundo", subrayan desde la compañía.

David Pérez del Pino, director general de Checkpoint Systems para España y Portugal, comenta de Halo que "reúne los 50 años de experiencia de Checkpoint como líder mundial en soluciones para la prevención del hurto y la disponibilidad de la mercancía en el comercio detallista. Es una herramienta fácil de implementar, fácil de usar, escalable, flexible, segura y rentable".

Halo facilita la máxima eficiencia en un tiempo mínimo al acelerar los procesos de envío y recepción en cada paso de la cadena de suministro. El alto ritmo de ventas en el comercio detallista actual requiere que las tiendas gestionen casi en tiempo real las demandas de los consumidores. Las plataformas de IoT actuales ofrecen paneles de información y perspectivas de inventario, pero con la plataforma Halo de Checkpoint aporta funciones inteligentes y centradas en la acción.

¿CÓMO FUNCIONA?

Halo es capaz de recopilar información de cada uno de los dispositivos conectados en una tienda o a lo largo de una cadena de suministro. Esta información es almacenada, analizada y procesada en la nube en tiempo real para ser enviada como informes y "reportings" a cada usuario.

Los detallistas pueden así visualizar toda la información relevante de su negocio, lo que les permite tomar decisiones bien informadas e impulsar mejoras en sus procesos y mejorar su rendimiento.

MÓDULOS DE SOFTWARE DISPONIBLES:

- **Gestión de inventario de tienda**

Para aquellas soluciones basadas en RFID que ayudan a los minoristas a mejorar la precisión de su inventario y la disponibilidad de la mercancía para proporcionar una experiencia de compra satisfactoria y maximizar su inversión.

- **Operaciones en tienda**

La toma de datos de todos los sistemas conectados en tienda, independientemente de la tecnología que utilicen, permite brindar un mejor servicio al cliente y reducir pérdidas.

- **Control de la cadena de distribución**

Para las soluciones basadas en RFID con las que se obtiene un control total del inventario en los centros de distribución, aspecto que permite aumentar la eficiencia, reducir los errores de envío y respaldar la venta omnicanal.

- **Control de la cadena de suministro**

En la misma línea que el punto anterior, con Halo y soluciones basadas en RFID, los minoristas consiguen controlar la trazabilidad de cada producto, optimizando así la la cantidad de "stock" disponible, lo que minimiza pérdidas y mejora la rentabilidad de los negocios.

- **Omnicanalidad**

La información obtenida en los centros de distribución, suministro y en tienda permite mejorar el proceso de venta omnicanal, al disponer de una radiografía precisa y completa en tiempo real del inventario de cada tienda.

SERVICIO DE CONSULTORÍA

"50 años de experiencia en el sector detallista avalan que Checkpoint pueda ofrecer un servicio de consultoría a sus clientes para evaluar objetivos y seleccionar las aplicaciones y soluciones más adecuadas para cada negocio y definir las mejores estrategias para su crecimiento, impulsando a su vez la eficiencia, el ahorro de costes, la administración de los cambios, la escalabilidad y la seguridad", concluyen desde la firma.

Torre Sevilla supera los cinco millones de visitas

El centro comercial Torre Sevilla ha superado los 5 millones de visitas en los seis primeros meses desde su apertura. De mantener esta tendencia, el Centro superará los 8 millones de visitas previstas antes de cumplir su primer año de vida, el próximo 26 de septiembre.

El próximo 26 de septiembre el Centro celebrará su primer año de vida

Ubicado a los pies del rascacielos, se trata del único centro comercial urbano y abierto de Sevilla que aúna moda, cultura y gastronomía en un espacio vertebrado en torno a una gran calle comercial que emplea a 2.000 personas.

Las últimas tendencias en moda han tenido su hueco con "masterclasses" de "influencers" como Rosa Iglesias, de El Estilario o Fernando Mañas. Igualmente, dentro de la apuesta por la industria de la moda y el apoyo al talento emergente local y regional el Centro ha acogido una exposición del diseñador andaluz Leandro Cano, premio de la moda 'Designer for Tomorrow' entregado por Marc Jacobs, y premio 'Who's next' de la revista Vogue España.

El centro comercial Torre Sevilla, integrado por dos grandes edificios, cuenta con 26.700 metros cuadrados de superficie bruta alquilable (SBA) y 43.000 metros cuadrados construidos y está firmado por el arquitecto argentino César Pelli, así como adaptado para uso comercial por el estudio de arquitectura Broadway Malyan, bajo criterios de sostenibilidad y eficiencia energética.

Destacadas firmas de moda, como Mango, están presentes

Imagen de la presentación oficial

Designer Outlet Zaragoza abrirá sus puertas el próximo otoño

Designer Outlet Zaragoza contará con más de 120 marcas de moda y estilo de vida en una superficie bruta alquilable de 18.600 metros cuadrados, que se construirá en dos fases y formará parte del complejo comercial Torre Village.

"Nos enorgullece anunciar que este otoño abrirán sus puertas Torre Village y la Fase I de Designer Outlet Zaragoza, que consta de 13.600 metros cuadrados", ha afirmado Luis Barcelona, consejero delegado del "family office" de la familia Soláns, propietaria de Grupo Pikolin, promotor del proyecto.

El complejo comercial Torre Village combina un patio de restauración, un cine, una zona de ocio, el actual centro de bricolaje Bauhaus y el outlet de lujo Designer Outlet Zaragoza.

Se encuentra en una zona muy conocida, ya que en ella se ubicaban las antiguas naves industriales de Pikolin, cuya torre ya forma parte de la historia de Zaragoza.

Sus impulsores destacan que Designer Outlet Zaragoza cuenta con una cifra de captación potencial de más de 2,8 millones de posibles compradores a 120 minutos en coche.

Mango lanza un club de fidelización omnicanal

Mango ha lanzado un programa de fidelizacion denominado "Mango likes you". Este nombre encierra un mensaje diferente, ya que en este caso es la marca la que da "likes" a sus clientes y no al revés; y así es el club en su conjunto.

El club ha sido diseñado con el propósito de poder crear un mayor vínculo con sus clientes a través de experiencias. Tras un mes de prueba con los empleados de la compañía, ya esta disponible en España en todas las tiendas físicas y online y engloba a todas las líneas (Woman, Man, Kids y Violeta by Mango).

Próximamente se lanzará también en Francia. La compañía ha invertido tres millones de euros en el desarrollo y lanzamiento del proyecto, la mitad de ellos destinados a tecnología.

El director del departamento de Cliente de Mango, Guillermo Corominas, señala que "el foco en el cliente es estratégico para Mango. Este ambicioso proyecto representa un gran hito para la compañía, porque gracias a Mango likes you podremos llevar a cabo gran parte de las iniciativas diseñadas desde el departamento de Cliente. Iniciativas que nos ayudarán a ser más relevantes para nuestros clientes y también a proyectar los valores de marca más importantes: sostenibilidad, cultura y comunidad, entre ellos".

¿CÓMO FUNCIONA MANGO LIKES YOU?

"Mango likes you" es mucho más que un club de fidelización en el que el cliente puede acumular puntos por realizar compras y canjearlos por nuevas prendas. Incluye una gran cantidad de experiencias que los usuarios van a poder disfrutar tanto dentro como fuera de Mango.

A modo de ejemplo, los clientes recibirán 10 "Likes" (puntos) por cada euro de sus compras en Mango, pero también recibirán "Likes" por llevar prendas a reciclar a cualquier tienda de la marca, por recoger un pedido online en tienda física o incluso por descargarse la nueva App e interactuar con el Club desde ella. Además, la marca regalará 1.000 "Likes" a todos sus clientes por su cumpleaños.

Se pretende que su uso sea sencillo para el usuario

Todos los "Likes" que los clientes acumulen podrán canjearse por descuentos en nuevas compras en cualquier momento del año, incluidos los periodos de promociones y rebajas. Pero también podrán canjearse de muchas otras formas: transfiriéndolos a un amigo o amiga que esté dado de alta en el programa, consiguiendo una suscripción gratuita a Spotify Premium o a HBO España u obteniendo entradas de cine.

Según Guillermo Corominas, "la sostenibilidad y la solidaridad son cuestiones que tienen un alto interés para nuestros clientes y para nosotros; por ello Mango likes you ofrece la posibilidad de donar los Likes a diferentes ONGs a través de microdonaciones". Pueden donarse a Médicos Sin Fronteras y colaborar en su programa de tratamientos contra la desnutrición infantil o bien a la Fundación Elena Barraquer para apoyar su plan de operaciones de cataratas en países en vías de desarrollo.

También se pueden donar a la Fundación Vicente Ferrer para contribuir a la compra de bicicletas para que los niños y niñas de Anantapur (India) puedan ir a la escuela. Alternativamente, se pueden donar a la Fundación Fero, ayudando a financiar horas de investigación oncológica. Por último, aquellos clientes más sensibilizados con el medio ambiente pueden donar sus Likes a "Plant for the Planet" y contribuir en su proyecto de plantación de árboles,

"Desde que comenzamos a diseñar Mango likes you quisimos que fuese un programa cien por cien omnicanal y con muchas iniciativas y experiencias. Además, queríamos que su uso fuese lo más sencillo posible para el usuario. Pienso que lo hemos logrado y que aporta gran valor a nuestros clientes", añade Corominas.

1 Maquinaria textil

AGUILAR & PINEDA, S.L.
C. Mallorca, 279, Pral 3ª
08037 Barcelona
T. 93 487 66 67 - 93 300 30 51
F. 93 488 03 75
info@aguilarpineda.es
www.aguilarpineda.es
Maquinaria para hilatura, tisaje, acabados, tejidos no tejidos y accesorios. Maquinaria para laboratorio: aparatos de tintura, dispensadores, equipos de colorimetría. Software industrial. Equipos para depuración de gases y aguas residuales. Instalaciones de acondicionamiento y filtración.

MANICH-YLLA, S.A.
Ausias March, 47 - 08010 Barcelona.
T. 932 478 890 / F. 932 478 891
ingenieros@manich-ylla.com
Maquinaria para hilatura, tisaje y acabados. Aparatos de laboratorio para control de fibras, hilos y tejidos.

2 Química textil

TANATEX Chemicals Ibérica, S.L.U.
Moll de Barcelona s/n, World Trade Center, Ed. Nord, 4ª pl. - 08039 Barcelona, España
T 93 481 33 22 / F 93 481 33 24
www.tanatexchemicals.com
alex.charles@tanatexchemicals.com
TANATEX Chemicals desarrolla innovadoras soluciones de procesamiento textil que van desde el pretratamiento hasta el acabado. Sus productos de última generación se basan en las tendencias y las demandas del sector actual de los textiles (técnicos) y el procesamiento de alfombras. A través de una red mundial de oficinas, agencias y distribuidores, TANATEX Chemicals suministra a todos sus clientes productos de calidad de procesamiento en húmedo y proporciona un servicio técnico de alto nivel.

3 Fornituras y complementos

AYB HISLABOR
Autovía A62 Pk.-148 El Montico
47100 Tordesillas - Valladolid
T. 983 22 22 44 / F. 983 27 61 16
aybhislabor@aybhislabor.com
www.aybhislabor.com

Para anuncios en esta sección
T. 93 444 81 92

ETI-TEXTIL
Carretera Murcia - Alicante Km. 53
Apartado de Correos, 2363
03205 - ELCHE (Alicante)
T. 96 543 50 22
F. 96 543 52 01
eti-textil@eti-textil.com
www.eti-textil.com
Delegación Sur en Sevilla
T. 639 18 43 50 / F. 954 34 16 36
Fabricantes de cintas y etiquetas tejidas.
Etiquetas tejidas, cintas, escudos troquelados, etiquetas inyectadas, adornos y complementos, etiquetas estampadas. Etiquetas codigos de barras y composicion.

Para anuncios en esta sección
T. 93 444 81 92

M. CASTELLÓ JOVER, S.L.
Ctra. de Pego, Km. 6,8. 03830
Muro de Alcoy (Alicante). P.O.Box 31
T. 96 553 06 11 / F. 96 553 14 78
info@hombrerasideal.com
www.hombrerasideal.com
Empresa certificada con el Oko Tex-Standard 100

COMERCIAL JAPSA, S.A.
Ventas y exposición: Polígono Cadesbank
C/ Bilbao, 27. Ripollet
08291 Barcelona
T. 933 527 456 / F. 936 921 813
japsa@japsa.es
Fornituras plásticas para confección, marroquinería y bisutería. Construcción de moldes e inyección de todo tipo de piezas.

PRYM FASHION ESPAÑA, S.A.U.
C/ Coromines, 114 3ª planta
08201 - Sabadell / BARCELONA
T. 93 725 59 27 / F. 93 725 45 37
info@prym-fashion.de
www.prym-fashion.com
Broches de presión, botones y remaches, jeans, cremalleras, máquinas y complementos.

4 Bordados

EMILIO'S DIFUSIÓN S.L.
Ronda Sant Elm, 37
08360 Canet de Mar (Barcelona).
T. 93 795 41 39
F. 93 794 30 24
www.emiliosdifusion.com
bordados@emiliosdifusion.com
Bordado industrial de: cornely y lentejuelas

VIRTO INDUSTRIAL
Camino de la Traviesa, s/n.
47153 El Pinar de Antequera (Valladolid)
T. 983 24 97 33 / F. 983 24 97 34
info@virtoindustrial.es
www.virtoindustrial.es
Plisados - Bordados - Confección Cinturones

5 Logística

THINKTEXTIL
C/ Juan Caramuel, 1
28919 Leganes (Madrid)
Tel 912 990 001
www.thinktextil.es
ThinkTextil es una compañía global con más de 15 años de trayectoria dentro del sector.
Servicios: Manipulación y acabado, Logística textil, Logística in-house, eCommerce.

6 Software

CENTRIC SOFTWARE
Av. Diagonal, 640, 6ª planta
08017 BARCELONA
T. 932 287 806
www.centricsoftware.es

EKAMAT
Vía Augusta 13-15
Barcelona 08006
T. 93 415 40 05
info@ekamat.es
www.ekamat.es

PATRONEO KEY
C/Francos,43, 1º
11403 Jerez (Cádiz)
T. 620 794 920
itc@edaformacion.com
www.apasarafashiontechnology.com
Software para el Patronaje de Moda