







Opinión

Las Deep tech le sientan bien a la industria textil



Moda

BabyKid Spain + FIMI vive una edición de récord



Economía

El CIE denuncia que empresas textiles quedan fuera de las ayudas del Gobierno



Opinión

"Las Deep tech le sientan bien a la industria textil", por Àurea Rodríguez.

Economía

El CIE denuncia que empresas textiles quedan fuera de las ayudas del Gobierno.



Cabecera

La industria del textil de cabecera se reactiva y crece un 10% durante el año 2022.



Sostenibilidad

Nace una asociación para la gestión colectiva del residuo textil en España.



Moda

BabyKid Spain + FIMI vive una edición de récord.



Calzado

Futurmoda amplía su oferta expositiva.



Distribución

Mango triplica en dos años su presencia en India.

Síguenos en:













DIRECTOR

José Martín jm@astoriaediciones.es

REDACCIÓN

Francesc M. Almena falmena@astoriaediciones.es

PUBLICIDAD

2

David Martín dmartin@astoriaediciones.es

ADMINISTRACIÓN Y SUSCRIPCIONES

admin@astoriaediciones.es

MAQUETACIÓN Y DISEÑO

Diego Peña produccion@astoriaediciones.es

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

Edita



Astoria Ediciones, S.L.

Av. Meridiana, 36, ent. 3a BARCELONA - 08018 Tel. 93 463 70 62 www.astoriaediciones.es

info@astoriaediciones.es



08 — 14
JUNIO 2023
FIERA MILANO RHO
MILAN.ITALIA

www.itma.com

Obtén información, colabora y prepara tu negocio para el futuro

en la mayor feria internacional de tecnología textil y de la confección del mundo



Obtén información de unos 1,570 fabricantes líderes y ve demostraciones de maquinaria en directo



Colabora
y haz crecer tu negocio
a través de la digitalización
y la sostenibilidad



Prepárate
su negocio para el futuro
con las mejores soluciones
para mantenerte por
delante de tu competencia



Accede a
ITMAconnect, el nuevo hub
de aprovisionamiento y
conocimiento para la
comunidad textil mundial
disponible durante todo el año

El registro de visitantes ya está abierto!

Escanea el código QR para descubrir por qué tienes que visitar ITMA 2023.

Propietario de la feria



de la feria

ITMA SERVICES
T: +65 6849 9368

E: info@itma.com

Organizador

ACIMIT (Italia)
AMEC AMTEX (España)
BTMA (Reino Unido)
GTM (Países Bajos)
SWISSMEM (Suiza)

SYMATEX (Bélgica) TMAS (Suecia) UCMTF (Francia) VDMA (Alemania)

Asociaciones CEMATEX

Escanea para obtener más información













José Martín Director jm@astoriaediciones.es

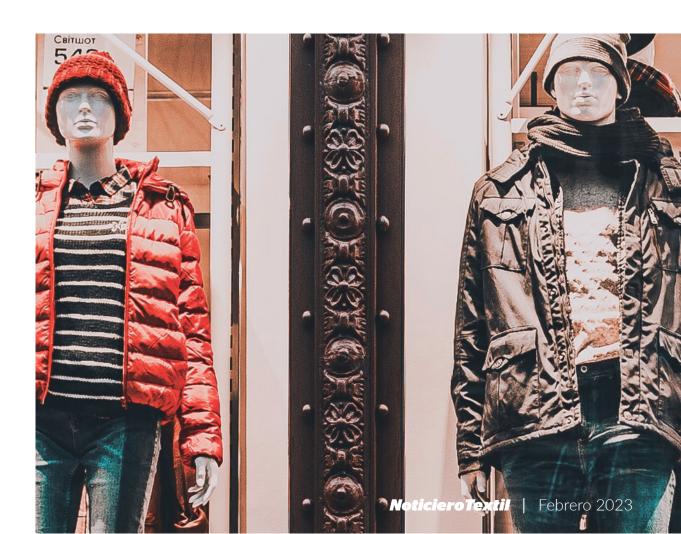
Licencias, ¿cobrar o pagar?

El que habla al teléfono... Hola, me tendrías que facilitar día y hora. ¡¡Quiero presentarte una nueva colección!! Hemos conseguido la licencia de...

El que escucha... ¿De quiénnnnn?

Esta es una conversación que ha podi-

do ocurrir muchas veces. El agente de ventas o representante de una empresa de confección ha llamado a un punto de venta (retail) para presentarle la colección ¿creada/diseñada? por una persona que solo conoce su madre. No voy a discutir que puede ser un famosillo, un/a que su único mérito ha sido apare-



cer en un bodrio de Tele 5 y que -naturalmente- el comerciante ni conoce.

¿Pagar por una licencia de un absoluto desconocido que -quizás- lo único que sabe de moda es que, normalmente, se ha de ir vestido por la calle y poca cosa más?

En este caso la empresa confeccionista, que en un momento de locura le ha puesto el nombre de este individuo/a, a una colección de prêt-à-porter o de ropa de casa o moda intima o infantil y que con toda ilusión y riesgo, lanza al mercado con la idea de vender, en parte, gracias al nombre del ínclito fantasma, descubre que el comercio ni valora, ni aprecia, ni conoce, ni se interesa por el nombre de la persona que firma la colección.

¿Pagar o cobrar por una licencia? Según.

Si se trata de Pierre Cardin o Giorgio Armani o Agatha Ruiz de la Prada hay que pagar. Si se trata de... por discreción y caridad cristiana no voy a citar a ningún pícaro iluminado, hay que cobrar. En el primer caso, el nombre abre puertas, en el segundo las cierra.

Licencias, licencias, ¿cuántos errores se han cometido con ellas? Si se acierta pueden ser un magnífico punto de apoyo. Y un gran negocio. No hay que olvidar que el rey Pierre llegó a tener 900 licencias en 102 países. ¿Quién se atrevería a decir que no fue una máquina de ganar dinero el logo Pierre Cardin?

Pero si el famoso o no es tan famoso o el contrato no está bien pensado y redactado para que pueda significar un negocio para las dos partes, entonces las licencias pueden ser una ruina. Como ya ha ocurrido varias veces.

Licencias... hay que pensarlas muy bien. Con quién. Cómo y especialmente... ¿Cuánto? ■



Las Deep tech le sientan bien a la industria textil



Àurea Rodríguez, fundadora de Talentea

La industria textil afronta retos de sostenibilidad importantes respecto al consumo energético y de agua para los que ya existen soluciones tecnológicas como son las energías renovables o las de control, reutilización, depuración y substitución del consumo de agua, menos costoso y más sostenible. La crisis del COVID y los problemas de suministros nos ha hecho ver que necesitamos tener industria textil km 0 y ahora se empiezan a desglobalizar algunas cadenas de valor.

Hoy en día los nuevos consumidores centenials demandan conocer el origen de los productos que compran y que estos sean respetuosos con el planeta y con las personas. Tenemos ya tecnologías de manera transparente que nos permiten certificar y trazar toda la cadena de producción de un producto, desde su origen hasta el consumidor. Cómo, dónde y con qué se produce, dónde está, dónde se vende y dónde se consume y por quién. La ciencia de datos permite conocer al instante qué se está comprando, qué interesa más, qué stock tenemos y en dónde y producir lo justo y necesario. En el ámbito de la moda incluso personalizar los productos con múltiples combinaciones adaptándolos a la diversidad del planeta, de sus aplicaciones y de las personas.

Las nuevas aplicaciones pasan por tejidos inteligentes que se adaptan a nuestra temperatura corporal o que, sensorizados pueden ayudarnos a monitorizar constantes vitales, por ejemplo. No solo eso, sino que las nuevas tecnologías nos



permiten exhibir nuestros productos y venderlos por múltiples canales, incluidas plataformas, e-commerce, redes sociales o los metaversos. La internacionalización pasa por la globalización de las ventas en el mundo digital.

Todo ello para vender experiencias más allá del propio producto, añadiendo el valor de la ubiquidad y aumentando el valor de nuestra marca y nuestra reputación. Este es uno de los argumentos del libro *Antes muerta que analógica*, en donde relato cómo es necesario adoptar las nuevas tecnologías (también las profundas, *Deep tech*), para crear valor como personas o empresas.

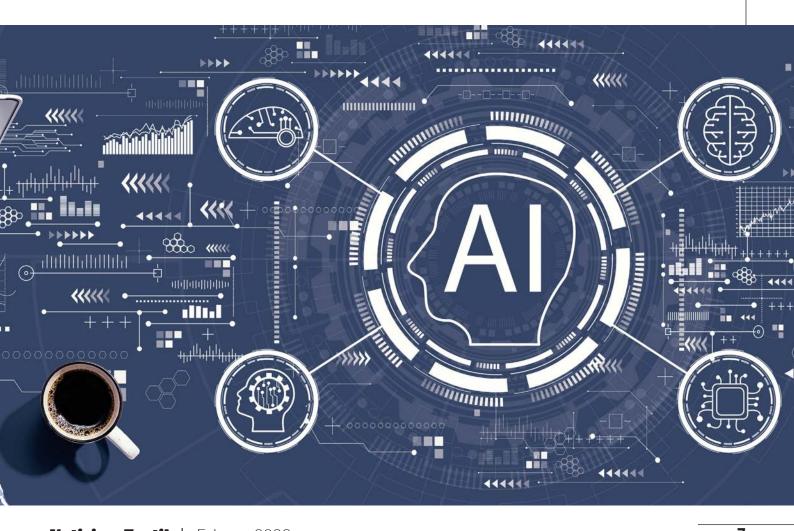
Nuestros maniquís pueden ser avatares o hologramas y las pasarelas de moda se hacen también online o en formato híbrido. Podemos tener un avatar que vaya a la moda o comprar NFTs coleccionables, pero aún no nos vestimos con archivos digitales, y por eso las grandes empresas buscan soluciones hibridas ingeniosas basadas en el valor. Valor de marca, coleccionismo, exclusividad y, por supuesto, conexión física y digital.

La moda está en ebullición, e incluso el rediseño de las piezas porque somos conscientes de la necesidad de reutilizar,

reusar y optimizar los recursos del planeta y, por ello, nuevos modelos de negocio más sociales promueven las segundas oportunidades a las prendas.

La industria textil, junto con nuevos aliados tecnológicos, está dando respuesta a los retos de digitalización, sostenibilidad y sociales, y es por eso que las *Deep tech* le sientan bien a la industria textil.

Nuestros maniquís pueden ser avatares o hologramas y las pasarelas de moda se hacen también online o en formato híbrido



ECONOMÍA



El Consejo Intertextil Español (CIE) exige al Gobierno que todas las industrias textiles de acabados puedan beneficiarse de las ayudas previstas en el RD 11/2022, de 25 de junio, para contrarrestar los efectos de la guerra en Ucrania, y de manera concreta las que corresponden a la industria intensiva en el uso del gas.

El CIE **denuncia** que algunas de estas industrias están quedando fuera de las ayudas por contar con un código de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) distinto al 133, correspondiente a empresas de acabados, ya que no se exige un número específico de código sino estar realizando dicha actividad desde 2021 hasta la actualidad.

Según explican, por dicho Decreto Ley **se adoptan y se prorrogan determinadas medidas** para responder a las consecuencias económicas y sociales de la guerra en Ucrania, y en su artículo 20 se establece la concesión de ayudas directas a la industria intensiva en consumo de gas para paliar el efecto perjudicial del incremento de su coste ocasionado por la invasión de Ucrania.



UNION **mod** tissimo 60 + 1**EXPONOR** MATOSINHOS - PORTO . PORTUGAL 15 . 16 - 02 - 2023 9.30h / 18.00h praiaLusitana": ASVI AII www.modtissimo.com



Tendam crece un +8,6% en los nueve primeros meses de 2022

Tendam Brands, la sociedad dominante de Tendam, ha anunciado sus resultados para el período comprendido entre el 1 de marzo y el 30 de noviembre de 2022, que se corresponde con los primeros nueve meses de su ejercicio fiscal 2022/23.

Jaume Miquel, presidente y consejero delegado de Tendam destaca: "Tendam se ha convertido en un ecosistema omnicanal abierto único en el mercado creado alrededor de diez marcas propias, 32 millones de socios en sus clubes de fidelidad y ofertando más de 125 marcas de terceros en formato digital. Esto representa la mejor base para continuar garantizando crecimientos sólidos y sostenidos en el tiempo".

Los ingresos totales de Tendam se incrementa-

ron en un +8,6%, hasta alcanzar los 840,7 millones euros durante los primeros nueve meses del ejercicio. Las ventas a superficie comparable crecieron casi un +10% frente a 2021 y un +9,1% versus 2019. Así, Tendam registró sus mejores cifras para los primeros nueve meses en su historia. Pese a que ha sido un período exigente por la coyuntura y la climatología, durante el tercer trimestre de 2022, la compañía registró ventas de 263,2 millones de euros, representando crecimientos del +1,7% y del +2,7% frente a 2021 y 2019, respectivamente. ■



Aitex renueva su ciclo de webinars

AITEX reactiva este 2023 su ciclo de *Monday* AITEX Webinars con un programa completamente renovado y **gratuito**. Son formaciones online dirigidas exclusivamente a empresas y en las que se ofrece información de actualidad, especializada y de calidad.

Como en otras ediciones, los webinars se realizan **todos los lunes a las 16:00h** y son impartidos por expertos y profesionales de las tres áreas que conforman AITEX: laboratorios, I+D y formación. En esta ocasión, también han sido invitados grandes expertos en materias técnicas y de actualidad. Se realizará un webinar específico para hablar del nuevo impuesto a los envases de plástico no reutilizable a cargo de **Carolina Verdés**, abogada y directora de B2B Corporation y también especialistas de Kantar Worldpanel para hablar de los resultados de estudio de mercado otoño-invierno.



AITEX sigue apostando por el desarrollo y progreso del tejido empresarial comarcal y nacional. Uno de los medios que tiene el centro para hacerlo es mediante la **formación técnica y especializada a empresas**, necesaria para adaptarse a un sector cada vez más competitivo y cambiante en un entorno con necesidades cada vez más exigentes.





CIFF adquiere Revolver

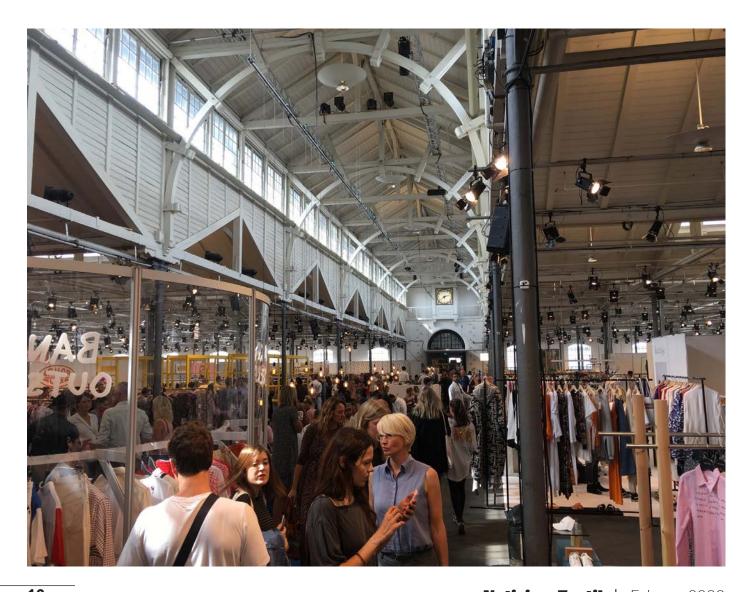
Copenhagen International Fashion Fair (CIFF) ha anunciado la adquisición de su salón competidor Revolver, con lo que unirá las ferias de moda de Dinamarca a partir del verano de 2023 y reforzará la posición de Copenhague como capital escandinava de la moda.

"El movimiento beneficiará a toda la industria escandinava, fusionando las ferias anteriormente competidoras en un movimiento estratégico que renovará y desarrollará la experiencia ferial global y nutrirá una ciudad de la moda unificada y coordinada como plataforma de pedidos", subrayan desde CIFF.

Sofie Dolva, directora de la CIFF, afirma: "Me siento honrada y profundamente emocionada por

la oportunidad de dirigir esta nueva y unida organización, que descansa sobre los hombros de algunos de los expertos en ferias más competentes y experimentados que Escandinavia puede ofrecer. Ahora vamos a por todas para crear aún más progreso y valor para todos los interesados en la Semana de la Moda de Copenhague. Esta fusión será el mayor movimiento de poder que el sector europeo de las ferias de moda haya experimentado en muchos años".





Cronología de Enero

24

20



El sector de productos infantiles estima un crecimiento del 8,7% en 2022 y del 7% en 2023



El Gremio de Fabricantes de Sabadell reclama la llegada de forma "urgente" de los fondos **Next Generation**



VF Group anuncia cambios en su eguipo directivo



El Pabellón de España en Alibaba.com ya esta en marcha con el apoyo de ICEX



Las ventas de Adolfo Domínguez crecen un 23% hasta noviembre



ICEX-Invest in Spain lanza la segunda convocatoria de Innova **Invest**

13 **Noticiero Textil** | Febrero 2023

11

CABECERA

La industria del textil de cabecera se reactiva y crece un 10% durante el año 2022



La Industria textil de cabecera ha conseguido remontar el gran obstáculo que supuso la crisis provocada por la pandemia del Covid-19. Aunque el 2022 ha sido un año marcado por grandes dificultades debido, entre otras cuestiones, al incremento de precios de la energía, los datos estadísticos recopilados por el Centro de Información Textil y de la Confección – CITYC muestran un avance claro y sólido.

La cifra de negocios de la industria textil española se sitúa en los **6.651 millones de euros** en el año 2022. Esto supone un crecimiento del 10% respecto a los datos del ejercicio anterior.

Las **exportaciones** han aumentado un 11'5%

respecto a 2021, mientras que las importaciones han sido un 17'8% superiores a las cifras registradas en el período anterior. Estos datos representan una clara reactivación del intercambio entre los mercados internacionales, lo que se traduce en un aumento de la actividad económica en el sector textil que, según el último Informe Económico de la Moda en España, elaborado por Modaes.es, con la colaboración del CITYC, ya representa el 2'7% del PIB. ■





Monforts nombra un nuevo director general

Gunnar Meyer ha sido nombrado nuevo director general de la empresa alemana de maquinaria textil A. Monforts Textilmaschinen GmbH & Co. KG, desde el 1 de enero de 2023.

Meyer comenzó su carrera profesional en Monforts y ha dedicado toda su vida laboral a la industria de la maquinaria textil. Entre 1985 y 2010 fue una pieza clave del equipo de Monforts en diversas funciones relacionadas con ventas y cuestiones comerciales, incluido el cargo de director general de Ventas.

Regresó a la empresa en 2019 después de trabajar para otros conocidos fabricantes alemanes de maquinaria textil en el campo de los no tejidos, y ahora se prepara para reunirse con la red mundial de clientes y proveedores de Monforts en la próxima feria ITMA 2023 de Milán. «ITMA sirve como una excelente plataforma para la creación de redes y reuniones con los principales actores de la industria. Mantener buenas relaciones con los clientes es esencial, porque lo que nos compran es una inversión en su futuro y necesitan confiar en nuestro apoyo continuo. Trabajando en otros sectores de la industria textil, he adquirido mucha experiencia en la gestión de proyectos textiles técnicos complejos y, sin duda, me centraré especialmente en retos como la **actual crisis energética**, los sistemas de calefacción alternativos y el acabado textil sostenible», subraya.





Gunnar Meyer, nuevo director general de A. Monforts Textilmaschinen GmbH & Co. KG



Texworld Evolution Paris desvela sus tendencias para la primavera/verano 2024

Bajo el nombre *Premier Sens*, el cuaderno de tendencias del <u>salón</u> para la temporada primavera-verano 2024 ofrece una lectura de un mundo nuevo, inalterado por las vidas pasadas. Un intento de vuelta a los sentidos que se descubrirá **del 6 al 8 de febrero** en el Parque de Exposiciones de París-Le-Bourget.

Tras llevarnos al borde del universo, en el núcleo de un *Big Bang* atemporal, **Louis Gérin** y **Gregory Lamaud**, directores artísticos de Texworld Evolution Paris, arrojan luz sobre un mundo recién nacido, donde la humanidad (por fin) abre los ojos y vuelve a conectar con sus sentidos.

Construida a partir del **análisis de señales emergentes** detectadas en los ámbitos creativo, económico y social, esta nueva propuesta marca el regreso del *mix and match*: bajo la presión de las redes sociales, la moda se construye por ensamblaje de afinidades a partir de un vestuario muy heterogéneo.

Artículo completo en Noticiero Textil.net



PIÑATEX

Piñatex by Ananas Anam: el tejido no tejido vegetal, elaborado a partir de los residuos de las hojas de piña.



HECHO A PARTIR DE RESIDUOS DE HOJAS



VEGANO Y LIBRE DE CRUELDAD ANIMAL



EVITA 12KG DE CO, POR METRO*



EFICIENTE EN AGUA Y ENERGIA



FABRICADO EN ROLLOS = MENOR DESPERDICIO



CERO PRODUCTOS QUÍMICOS NOCIVOS

Piñatex es un no-tejido de bajo impacto hecho a partir de residuos de fibra de hojas de piña que se puede usar como una alternativa de origen vegetal al cuero. Con un bajo impacto ambiental, Piñatex también crea un impacto social positivo a través de su producción rastreable.

- · Aplicable para el sector del calzado, moda y accesorios
- Disponible en varios colores y acabados
- Fabricado con hasta un 95% de recursos renovables

*Valorar los residuos de hojas de piña evita que sean quemados, evitando la liberación de CO₂

Website www.ananas-anam.com Email info@ananas-anam.com Tel +34 93 799 8506 Instagram @pinatex

Envíos desde España



Más información sobre Piñatex

PIÑAYARN

Piñayarn® by Ananas Anam: un nuevo hilo de origen vegetal y de bajo impacto elaborado a partir de residuos de las hojas de piña.







HECHO A PARTIR DE RESIDUOS DE HOJAS



EVITA HASTA 6KG DE CO₂ POR KG*



EFICIENTE EN AGUA Y ENERGIA



VEGANO Y LIBRE DE CRUELDAD ANIMAL



CERO PRODUCTOS QUÍMICOS NOCIVOS

Piñayarn es un hilo reciclable, compostable y biodegradable hecho a partir de la fibra de las hojas de desecho de piña. El hilo tiene un bajo impacto ambiental y crea un impacto social positivo a través de su producción rastreable.

- Piñayarn está disponible en títulos de hilo Ne8 a Ne20 y con opción a dos cabos
- Diseñado para tejer en plana y punto.
- Aplicable para el sector del calzado, moda y accesorios
- Ampliamente personalizable con la opción de cambiar la composición
- Fabricado en la UE

Website www.ananas-anam.com Email info@ananas-anam.com Tel +34 93 799 8506 Instagram @pinayarn

Envíos desde España



Más información sobre Piñayarn





Curso sobre programación y diseño textil con tricotosas

El Ayuntamiento de Igualada (Barcelona), junto con la <u>Agrupación Textil FAGEPI</u> y el <u>Igualada</u> <u>Fashion Lab</u>, ofrecerá a partir del mes de febrero un Curso de Especialización en Técnicas de Programación y Diseño de Moda en Máquinas Tricotosas, una iniciativa que se enmarca en el plan de trabajo ACTE: Apostamos por fortalecer el sector textil.

La **formación** arrancará el 27 de febrero, finalizará el 18 de mayo y se impartirá en las instalaciones del Igualada Fashion Lab y el <u>Ignova Tecnoespai</u>. Constará de 130 horas de formación técnica, centrada en las máquinas <u>Shima Seiki</u>, y 40 horas de formación transversal, que se desarrollarán en horario de mañana.

Además, se ofrecerá la posibilidad de realizar **prácticas en empresas del sector textil local**. El curso, totalmente **gratuito**, tiene el objetivo de mejorar las competencias de personas en paro y, al mismo tiempo, facilitar la formación de nuevos perfiles profesionales que puedan cubrir las necesidades de las empresas textiles de la comarca.



SOSTENIBILIDAD



Decathlon, H&M, IKEA, Inditex, Kiabi, Mango y Tendam han creado la Asociación para la Gestión del Residuo Textil, con el objetivo de gestionar los residuos textiles y de calzado que se generen en el mercado español a través de un Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP).

Con la constitución de esta asociación, oficializada en el Museo del Traje, museo estatal dependiente del Ministerio de Cultura y Deporte, las compañías asociadas quieren dar un impulso colectivo al reciclaje textil en España, avanzando hacia un **modelo circular** mediante la correcta gestión de los residuos del sector.

La Asociación para la Gestión del Residuo Textil permitirá dar cumplimiento a la Responsabilidad Ampliada del Productor, surgida a partir del proceso de transposición de la Directiva 2008/98/ CE sobre los residuos a la legislación española a través la nueva Ley 7/2022, de 8 de abril, de residuos y suelos contaminados para una economía circular.



European Fashion Alliance fija objetivos hasta 2027



Invitados por la agrupación de moda <u>Gran Canaria Moda Cálida</u> y el Cabildo de Gran Canaria, los miembros de la <u>European Fashion Alliance</u> (<u>EFA</u>), fundada en Frankfurt (Alemania) en junio de 2022, se reunieron en Maspalomas para celebrar su primera cumbre en el marco de Gran Canaria Swim Week.

El **objetivo** de la cumbre, a la que asistieron 59 representantes de 23 países europeos, era debatir y acordar un paquete de medidas y acciones que apoyen y promuevan el necesario proceso de transformación de la industria de la moda en Europa. La Alianza está integrada por **29 organizaciones miembros**, entre las que figuran numerosas asociaciones de creadores de moda, semanas de la moda e instituciones educativas y de investigación; y representa a más de 10.000 empresas europeas del sector de la moda, desde microempresas hasta grandes corporaciones.

La <u>Asociación Creadores de Moda de España</u> (ACME) es una de ellas.

Durante el encuentro, uno de los temas principales fue el **Pacto Verde** formulado por la Unión Europea en 2019 por la presidenta de la Comisión, **Ursula von der Leyen**, con el fin de reducir a cero las emisiones netas de gases de efecto invernadero para 2050, al que también debe contribuir urgentemente la industria de la moda, según el compromiso adoptado por la EFA. Y es que la huella de CO₂ y de destrucción medioambiental ocasionada por la producción textil y el consumo de moda sigue siendo enorme.



Accede

a las ediciones virtuales de



Noticiero Textil 286 Enero 2023

https://bit.ly/3YiJMDS









Noticiero Textil 284 Noviembre 2022

https://bit.ly/3VzdIKI





Noticiero Textil 285 Diciembre 2022

https://bit.ly/3G6A13R







Noticiero Textil 283 Octubre 2022

https://bit.ly/3NMQvSa

MODA



BabyKid Spain + FIMI ha cerrado una edición histórica marcada por el crecimiento de oferta y demanda, por el negocio y por la internacionalización. Más compradores internacionales, más profesionales nacionales y más expositores. El **crecimiento** de este evento que une puericultura y moda ha sido de más del 15%, a falta de los datos finales.

Dos pabellones, más de 20.000 metros cuadrados dedicados a la moda y a la puericultura, **más de 400 marcas y más de 40 países** representados en la oferta y la demanda, BKS + FIMI ha concluido con gran éxito una edición que ya se ha consolidado como un evento

de referencia en el calendario internacional de ferias.

"Israel, Chile, Alemania, Kubait, Libia... En Javilar condensas al cliente internacional, que busca el Made in Spain y la calidad. Este año hemos tenido mucho cliente extranjero. Alguno ha venido incluso después de ver la pasarela. Es una plataforma de visibilización que realmente funciona", ha relatado **Filipa Rodríguez**, diseñadora y CEO de la marca de Tenerife.



Ágatha Ruiz de la Prada presenta su último libro en Barcelona

El Círculo Ecuestre ha acogido la presentación del último libro de Ágatha Ruiz de la Prada, titulado *Mi historia*. Tras la bienvenida de **Antonio Delgado**, presidente del Círculo Ecuestre y la presentación del empresario **Joaquín Güell**, Ágatha Ruiz de la Prada ha mantenido un diálogo con su primo, el director de orquesta **Javier Güell**.

El primo de Ágatha Ruiz de la Prada, conocedor del espíritu de la diseñadora, ha destacado la pasión que la ha caracterizado durante toda su carrera profesional. **Güell** ha definido a Ágatha como un "ser humano contradictorio", "buena y mala e inteligente y precipitada", y ha aclarado que el "egoísmo y la crueldad" son "necesarios para convertirse en la empresaria valiente en la que se ha convertido".

Ruiz de la Prada ha arrancado la presentación explicando al público que no tenía intención de escribir el libro, pero que lo hizo porque se lo pidió "una de las mejores editoras del mundo", convirtiendo así un proyecto menor en el "eje de su vida" en la actualidad. "El libro ha sido mi psicoanálisis particular", ha puntualizado. El icono de la moda española ha asegurado quedarse "en la gloria" con la publicación de la obra, una creación en la que confirma haberse mostrado "más transparente que nunca".





Pure London da alas a la moda sostenible con un nuevo espacio



En la próxima edición de <u>Pure London</u>, que se celebrará **del 12 al 14 de febrero de 2023** en el Olympia de Londres, la sostenibilidad seguirá estando en primer plano con el lanzamiento de Purely Sustainable, un espacio dedicado a mostrar una cuidada selección de expositores concienciados que lideran el camino a la hora de abordar su impacto medioambiental y social.

Este nuevo espacio se alinea con los <u>Objetivos</u> de <u>Desarrollo Sostenible (ODS)</u> de las <u>Naciones</u> <u>Unidas</u> para evaluar el impacto de todos los expositores, que deben demostrar que están abordando cuestiones clave específicas para poder exponer dentro del mismo.

2018 vio el lanzamiento de **Power of One** en Pure London, una iniciativa diseñada para em-

poderar a los minoristas y proveedores para dar pequeños pasos hacia el cambio a una industria de la moda más sostenible.

En este sentido, el salón ha seguido desarrollando esta iniciativa informando a los expositores de los desafíos a los que se enfrenta la industria y cómo tomar medidas para superarlos, comisariando un nutrido **programa de ponentes expertos** para abordar los temas en debates y adoptando medidas prácticas para convertirse en un evento más sostenible.





La edición de primavera del festival Rec.O ya tiene fechas: **del miércoles 10 al sábado 13 de mayo de 2023** el barrio del Rec de Igualada (Barcelona) volverá a convertirse en un epicentro de la moda con venta radical de stocks y nuevos formatos de retail.

Además de grandes marcas y firmas internacionales, el festival sigue haciendo una **apuesta por diseñadores de moda emergentes**, marcas de moda sostenible y el exitoso mercado de intercambio de ropa.

Esta semana Rec.0 ha abierto **convocatoria** de marcas de moda y nuevos diseñadores emergentes que quieran estar en el Rec para vender sus stocks. Es necesario ponerse en contacto con el festival escribiendo a info@recstores.com.

Como siempre, Rec.O ofrecerá, además, una **programación cultural** con conciertos, visitas guiadas, talleres, entre otros, y una gran fiesta gastronómica de comida callejera. ■

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid contará con cuarenta diseñadores en su próxima edición

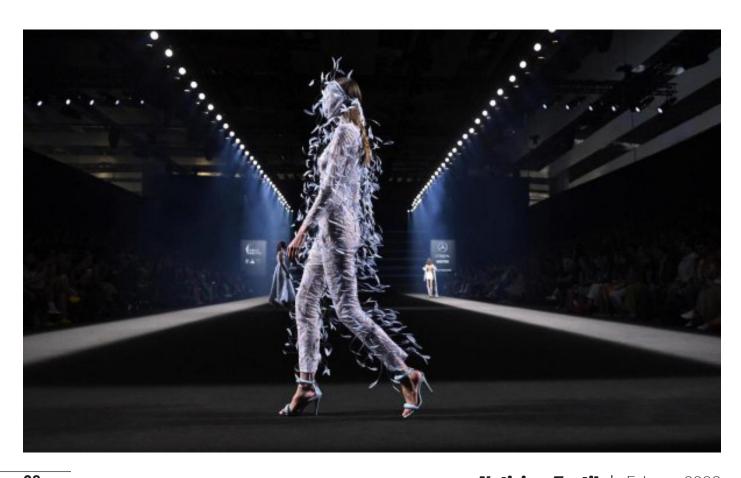
Un total de 40 diseñadores configuran el programa de desfiles de la edición número 77 de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, que se celebrará del 15 al 19 de febrero, organizado por Ifema Madrid con el apoyo del Ayuntamiento de Madrid.

MBFWMadrid comenzará el miércoles **15 de febrero** con su tradicional jornada dedicada en exclusiva a los **desfiles del programa OFF**, que se presentarán en diferentes localizaciones de la Comunidad de Madrid. Un día después, el jueves 16, la pasarela dará inicio en el **pabellón 14.1** del Recinto Ferial de Ifema Madrid al programa de desfiles de los diseñadores consagrados que se sucederán, hasta el sábado 18, dando paso el domingo 19 a la que se ha convertido en la jornada dedicada a los diseñadores emergentes bajo el paraguas de Allianz EGO.

DISEÑADORES CONSAGRADOS

Abrirá el calendario de diseñadores consagrados el jueves a las 11h **Ágatha Ruiz de la Prada**, continuará **Andres Sarda** (12.30h) y **Jorge Vázquez** (14h). Retomará la jornada a las 16h la canaria **Paloma Suárez**, luego será **Pablo Erroz** quien presentará su colección genderless a las 17.30h, seguido de **Encinar** (que debuta en Ifema Madrid), y cerrará el primer día de desfiles como en la anterior edición **Pedro del Hierro** (20.30h).







Heimtextil 2023 sobresale en internacionalidad y marca el rumbo de una transformación sostenible

Con **44.000 visitantes y 2.400 expositores** procedentes de 129 países, la industria textil mundial se dio cita en Fráncfort durante cuatro días en Heimtextil 2023, y llenó los pabellones de la feria. En numerosos talleres, visitas, conferencias y formatos de creación de redes, los compradores también exploraron los enfoques circulares, el importante papel de los certificados y las nuevas aplicaciones de los materiales textiles, y así experimentaron la sostenibilidad totalmente integrada durante su visita al certamen.

Los visitantes han tenido a su disposición una **oferta global**, desde fibras, hilados, tejidos para tapicería y decoración, textiles funcionales, tejidos para exteriores, piel artificial y papeles

pintados hasta textiles para cama y baño, colchones, sistemas de descanso, cortinas y cojines decorativos.

Los diez primeros países expositores fueron China, India, Turquía, Pakistán, Italia, Alemania, España, Portugal, Francia y Gran Bretaña. Los países que aportaron más visitantes fueron Alemania, Italia, Turquía, Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia, Países Bajos, España, Pakistán, India y Grecia. ■



Madrid es Moda confirma las fechas de su próximo evento



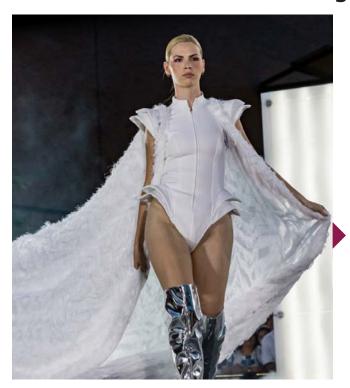
Madrid es Moda, iniciativa organizada por la Asociación Creadores de Moda de España (ACME) gracias al apoyo de la plataforma Madrid Capital de Moda del Ayuntamiento de Madrid, ha anunciado las fechas de su próxima edición: del 9 al 13 de febrero, Madrid es Moda vuelve a transformar todos los rincones de la ciudad en una pasarela para acercar la moda de autor al público, fomentar su conocimiento y dinamizar sus ventas. Una edición que estará dedicada a los oficios, a nuestros artesanos, y en la que participarán más de 20 destacados diseñadores.

Acromatyx, Devota&Lomba, Dominnico, Duarte, Duyos, Inuñez, Juan Vidal, Maison Mesa, Malne, ManéMané, María Lafuente, Miguel Marinero, Moisés Nieto, Paloma Suárez, Pertegaz, Pilar Dalbat, Reliquiae, Roberto Verino, Tete by Odette, The Extreme Collection, Ulises Mérida y UNO- de50 son los **creadores y marcas** que formarán parte de esta entrega de Madrid es Moda.

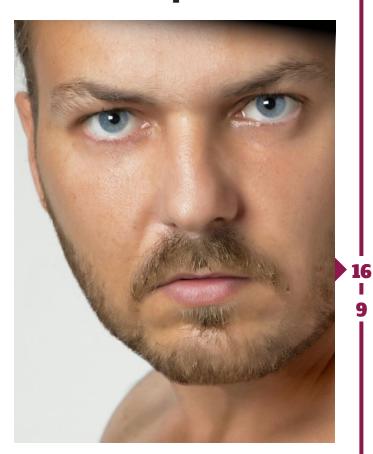
"Una edición moldeada bajo el **concepto de Manos de plata, corazón de oro**, un guiño al refranero popular. La primera parte de la frase habla del conocimiento, la experiencia, la tradición, de unas manos que con mimo y cuidado crean con delicadeza piezas únicas; igualmente recuerda a nuestros ancestrales artesanos plateros, reconocidos mundialmente. La segunda describe el sentimiento y la emoción del alma de los artesanos, quienes con pasión y autenticidad trabajan en sus talleres", subrayan sus impulsores.



Cronología de Enero



Aragón Fashion Week anuncia las fechas de su próxima edición



Jerez Fashion Week, nueva semana de la moda en 2024



Tranoï cambia de ubicación en su nueva convocatoria



Tommy Hilfiger presenta los finalistas de su programa Fashion Frontier Challenge

CALZAMODA



Futurmoda amplía su oferta expositiva

El <u>salón</u> celebrará su 49ª edición con un crecimiento tanto de expositores como de metros ocupados en la <u>Institución Ferial Alicantina</u>. La feria, que tendrá lugar los días **8 y 9 de marzo**, continúa con su campaña de comercialización de stands.

Hasta la fecha la feria registra la participación de **280 firmas expositoras** que, en esta edición, superan los 11.000 metros cuadrados de exposición. En esta próxima convocatoria se van a dar cita empresas de todos los subsectores, incluida la maquinaria, con casi 2.000 metros cuadrados de exposición.

Del total de expositores, **el 69% son empresas españolas y el 31% internacionales**, procedentes de Italia, Portugal, Francia, Alemania y Bangladesh, consolidando una oferta internacional mayoritariamente europea.





Durante los días **1 y 2 de febrero** las empresas de componentes para el calzado acuden a una de las ferias más destacadas del sector, <u>Lineapelle New York</u>.

La feria se lleva a cabo dos veces al año, teniendo lugar en el **Metropolitan Pavilion de Chelsea**, corazón del distrito de arte contemporáneo de la ciudad de Nueva York.

Este evento se lleva a cabo desde el año 2001 y cuenta con la participación de **productores europeos e internacionales** del sector del cuero, textiles, sintéticos, y componentes para la fabricación de calzado, marroquinería, tapicería

e interiores de automóviles. "La alta calidad y variedad de las colecciones presentes lo convierten en un evento de visita obligada para productores y diseñadores de lujo y contemporáneos", subrayan desde la Asociación Española de Empresas de Componentes para el Calzado (AEC).

Artículo completo en Noticiero Textil.net

Las exportaciones de componentes de Brasil cierran 2022 con un crecimiento del 12%



La industria brasileña de componentes para piel y calzado cierra 2022 con resultados positivos. Sus productos se han vendido a 77 países, además de haber aumentado sus ventas en 54 mercados. En total, las exportaciones sumaron los **421,2 millones de dólares**, un 12% más que en 2021, y un 18% más que en el año previo a la pandemia.

Según explica **Luiz Ribas Júnior**, gestor del Mercado Internacional de <u>ASSINTECAL</u>, "hemos exportado más de 150 tipos de productos durante 2022. Un año que ha resultado positivo a pesar de la ralentización de la actividad exportadora de los dos últimos meses".

El **regreso de China** al mercado mundial y el aumento de los costos debido a la inflación han perjudicado el ritmo de crecimiento de las exportaciones brasileñas en noviembre y diciembre. Sin embargo, desde la patronal confían en que el mercado se reajuste en 2023.

"Necesitamos consolidar el espacio conquistado el año pasado", afirma **Ribas Júnior**. ■





Yuccs sube la persiana en Bilbao

La marca de zapatillas sostenibles de lana merina avanza en su expansión retail con la apertura de su nueva tienda en Bilbao. Con este nuevo espacio la marca suma ya **cuatro establecimientos**.

La compañía mallorquina ya está presente en Palma (noviembre de 2021), Madrid (septiembre de 2022) y Barcelona (noviembre de 2022) y con las miras puestas en nuevos territorios de la península, así como su **expansión internacional**.

Actualmente, la marca ya opera en **diferentes mercados** como Alemania, Francia o Italia. La nueva boutique de la marca está ubicada en la Calle Ercilla 34, una de las principales arterias comerciales de la ciudad.

El **nuevo establecimiento** cuenta con 150 metros cuadrados, en los que la compañía venderá sus colecciones de zapatillas de hombre y mujer, incluyendo las nuevas categorías *Homewear* y Accesorios. Este espacio, al igual que el resto de sus *flagship*, cuenta con una identidad y concepto propio, donde los materiales naturales, la sostenibilidad y la comodidad juegan un papel clave.



NoticieroTextil | Febrero 2023 _______



Moda, la feria de moda más antigua del Reino Unido, que desarrolla su próxima edición del **5 al 8 de febrero de 2023** en el NEC de Birmingham, ha anunciado una colaboración con la Universidad De Montfort con un concurso de diseño para estudiantes de último año de Diseño de Calzado.

Los 16 estudiantes han sido invitados a exponer sus diseños en Moda y, de entre los nueve finalistas, se anunciará el ganador en una **ceremonia de entrega de premios el domingo 5 de febre-ro**. Los visitantes de la feria también tendrán la oportunidad de votar por su diseño favorito y el

que obtenga más votos recibirá el premio *Buyer's Choice Award*.

Los **nueve finalistas** son Baldeep Nangla (Bobby), Woosung Kim, Gyoungryoung Kwak (Lynn), Cameron Murdoch, Jong Won Kim, Madison Harwood-Scott, Jemma Swales, Jihwi Ahn y Alfie Payne.





DISTRIBUCIÓN



La <u>firma</u> consolida su expansión internacional al triplicar su presencia en India en los últimos dos años y lanza ahora su colección *Mango Man*. El país se ha convertido en uno de los focos clave del crecimiento internacional de la empresa en Asia y es, con sus 85 puntos de venta, el país del continente con mayor número de puntos de venta de Mango, lo cual representa 39 más de los 46 con los que contaba a finales de 2021 y el triple de los 28 que tenía a cierre de 2020.

Mango desarrolla su plan de expansión en India desde 2014 de la mano de su *partner* local, <u>Myntra</u>, uno de los principales actores en el sector de la moda en el país, que aporta experiencia y conocimiento para comprender y adaptar las operaciones al contexto del país.

"Myntra es el partner perfecto de Mango para reforzar nuestra apuesta por India, uno de los mercados más importantes en nuestra estrategia de internacionalización. Según todas las previsiones, en los próximos años este país será el tercer mercado consumidor del mundo y queremos que Mango tenga una presencia importante allí, algo que solo se consigue con la ayuda de un partner local", apunta **Daniel López**, director de expansión de Mango.



Noticiero Textil | Febrero 2023 _____3



Silbon desembarca en A Coruña

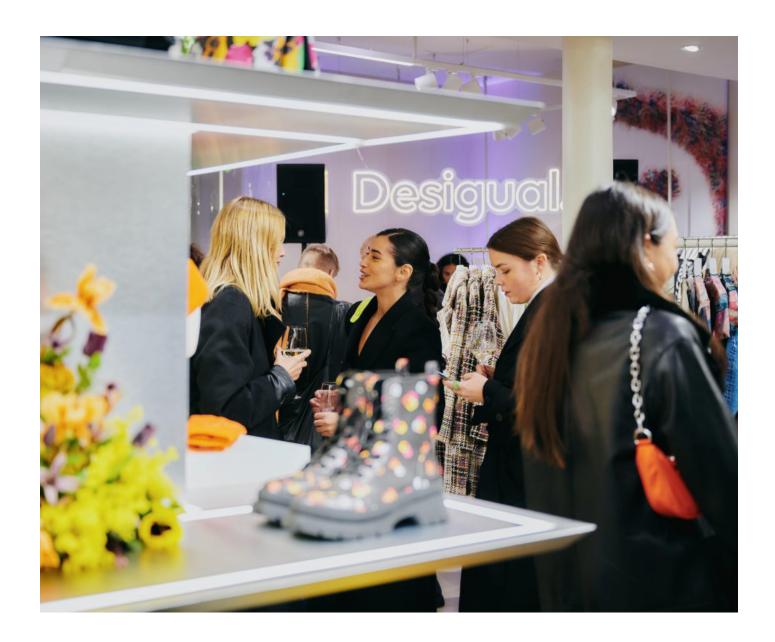
<u>Silbon</u> inaugura el año en cuanto a aperturas se refiere con el desembarco por primera vez en la comunidad autónoma de Galicia. En concreto la marca de moda acaba de inaugurar en A Coruña un espacio en <u>El Corte Inglés</u> de Ramón y Cajal.

La **tienda**, situada en la cuarta planta, se localiza en la zona más *preppy* de este centro comercial y cuenta con una superficie de 60 metros cuadrados que presenta una línea estética acorde con la imagen actualizada de la marca tanto en tiendas, *flagship stores*, como en el resto de puntos de venta físicos.

Silbon ha dispuesto este espacio para dar cabida a la **línea Man** en una distribución diferenciada para la nueva colección con el objetivo de albergar las líneas sport casual y tailoring.



Desigual inaugura un nuevo punto de venta en el centro de Berlín



La marca de moda ha inaugurado su nueva tienda en el barrio de Mitte, en pleno corazón de Berlín. Continuando con la estrategia de posicionar sus establecimientos en localizaciones premium, la compañía reafirma su apuesta por el mercado alemán, que suma ya 27 tiendas. Con un consumidor altamente digitalizado, Alemania es un mercado clave para Desigual, ocupando el segundo lugar en número de ventas online.

Oriol Martínez, global commercial director de Desigual, explica que "la apertura de este nuevo espacio Desigual, en uno de los barrios más di-

námicos de Berlín supone un nuevo paso en uno de nuestros mercados más prioritarios, Alemania. Durante 2023 seguiremos invirtiendo en el país, en ciudades como Múnich y Colonia, para desplegar el New Desigual con el que queremos acercarnos a nuestros clientes y conectar con un consumidor más joven".





Boston suma un segundo punto de venta en Zaragoza

La <u>firma española de moda masculina Boston</u> finalizó el año inaugurando un nuevo córner en <u>El Corte Inglés</u> ubicado en el Paseo de Sagasta de Zaragoza, lo que supone el segundo punto de venta de la marca en la ciudad, que se suma al ya existente en el *shopping* resort Puerto Venecia que abrió sus puertas el pasado mes de mayo.

En este espacio de **60 m² de superficie**, ubicado en la planta joven, se podrá encontrar una amplia variedad de prendas de estilo casual de la firma, además de una cuidada selección de trajes, camisas y complementos de vestir

Con esta apertura, son ya cinco los puntos de venta que la firma tiene en El Corte Inglés, y tiene previsto la apertura de nuevos espacios en la red del gigante nacional de la distribución en los próximos meses.

Desde principios de año, Boston ha llevado a cabo un **ambicioso plan de expansión**, con la apertura de más de 17 nuevos puntos de venta físicos en las principales regiones del país, alcanzando un total de 35 establecimientos repartidos por toda la geografía española, así como el fortalecimiento de la marca y redefinición de su imagen, propuesta y oferta.



El centro comercial <u>L'illa Diagonal</u> de Barcelona cerró el año con dos nuevas aperturas en el ámbito de la moda: <u>S.Wear</u> y <u>The Tiny Big Sister</u>. Con la llegada de estas marcas, el centro culmina el 2022 con un total de diez nuevas tiendas de moda.

Para la marca de moda casual y deportiva **S.Wear** esta apertura supone la segunda tienda de la marca en España -ambas en Barcelona-, y la primera en un centro comercial.

Ubicada en la planta 1, tiene una superficie de 50 metros cuadrados y emplea a tres personas.

Por su parte, la firma de moda infantil y ropa de mujer **The Tiny Big Sister** ha invertido cerca de 150 mil euros en la apertura de su primera tienda en un centro comercial -cuenta con una segunda en Barcelona, además de una tercera en Madrid-. Ubicada en la planta 0, tiene 70 metros cuadrados de superficie.

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



AGUILAR & PINEDA

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.

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













M. CASTELLÓ JOVER, S.L.

Ctra. de Pego, Km. 6,8. 03830 Muro de Alcoy (Alicante). T. 96 553 06 11 / F. 96 553 14 78 info@hombrerasideal.com www.hombrerasideal.com Empresa certificada con el Oko Te





INDUSTRIAS WALDES SCCL

Fabricante de botones y fornituras metálicas

c/Ramón Turró 111-129 08005 Barcelona - España T: +34 933 093 050 comercial@waldes.es www.waldes.es







Bordados

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.











Software





Química textil

YORKSHIRE DE ESPAÑA. S.A.

P.I. Can Canals - C/ Illa de Buda, 6 08192 Sant Quirze Del Valles Barcelona Tel: 937 473 280 / Fax: 937 472 183 info@yorkshire-espana-sa.org

https://yorkshire-espana-sa.com/ Yorkshire de España fue fundada en 1.968, como filial de Yorkshire Chemicals Leeds, empresa ésta centenaria en la industria química, para el desarrollo de colorantes para la industria textil, curtidos y papel. Desde la fecha de su fundación hemos estado día a día trabajando para obtener la confianza de los sectores industriales con necesidad de colorantes. ofreciendo una calidad puntera junto a un servicio ágil, rápido y esmerado.



M CASTELLÓ JOVER SL

ex-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.



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











ndustria





480 | Software gestión empresarial

Vía Augusta 13-15 Barcelona 08006 T. 93 415 40 05 info.erp@cuatroochenta.com www.ekamat.es/erp-textil-moda/









empresarial

Industria

Textil

Distribución

Servicios