Calendario ferial

Anotamos a continuación los próximos salones relacionados de un modo u otro con los textiles para la casa. *Textiles para el Hogar* no se responsabiliza de posibles cambios de fecha, suspensiones y omisiones que puedan darse en esta lista.

Trade fair calendar

The provisional trade fair calendar for the next months is included below. Textiles para el Hogar *takes no responsibility for any changes in date, suspensions or omissions of those on this list.*

- L Heimtextil (Frankfurt): 7-10 de enero (www.heimtextil.messefrankfurt.com)
- CES (Las Vegas): 7-10 de enero (www.ces.tech)
- Domotex (Hannover): 10-13 de enero (www.domotex.de)
- imm (Colonia): 13-19 de enero (www.imm-cologne.com)
- Maison& Objet (Paris): 17-21 de enero (www.maison-objet.com)
- VII Feria del Mueble de Zaragoza (Zaragoza): 21-24 de enero (www.feriamueblezaragoza.es)
- Homi (Milán): 24-27 de enero (www.homimilano.com)
- II Domotex USA (Atlanta): 5-7 de febrero (www.domotexusa.com)
- Intergift (Madrid): 5-9 de febrero (www.intergift.ifema.es)
- II Outdoor. Ambience. Living. (Stuttgart): 15-19 de febrero (www.messe-stuttgart.de/outdoor)
- IDF'20 by Interdecoração (Oporto): 20-23 de febrero (www.idf.exponor.pt)
- XVI R+T Asia (Shanghai): 24-26 de febrero (www.rtasia.org/en)
- Intertextile Shanghai Home Textiles (Spring Edition) (Shanghai): 11-13 de marzo (www.intertextilehome.com)
- XIV Homedeco Kazakhstan (Atakent/Almaty): 16-18 de marzo (www.homedecofair.com)
- Textile and Apparel SEA Summit 2020 (Ho Chi Minh City): 19-20 de marzo (www.szwgroup.com/textile-apparel-sea/)
- Domotex asia/ChinaFloor (Shanghai): 24-26 de marzo (www.domotexasiachinafloor.com)
- Index (Ginebra): 31 de marzo – 3 de abril (www.indexnonwovens.com)
- Alimentaria / Hostelco (Barcelona): 20-23 de abril (www.hostelco.com)
- XXVI EVTEKS April (Estambul): 21-25 de abril (www.cnrevteks.com)
- XXVIII Proposte (Cernobbio): 27-29 de abril (www.propostefair.it)
- Evolution Amsterdam (Amsterdam): 27-29 de mayo (www.evolutionfair.com)
- R+T South America (São Paulo): 3-6 de junio (www.rt-southamerica.com)
- Texcare International (Frankfurt): 20-24 de junio (www.texcare.com)
- Intertextile Shanghai Home Textiles (Autumn Edition) (Shanghai): 24-26 de agosto (www.intertextilehome.com)

Carlos Arias, nuevo CEO de Jeanologia
Jeanologia: Carlos Arias, new CEO

Jeanologia, compañía española especialista en el desarrollo de tecnologías sostenibles y eficientes, ha nombrado a Carlos Arias nuevo CEO de la compañía. Enrique Silla, fundador de la firma, continuará como consejero delegado. El nuevo director General contribuirá a la expansión internacional de la compañía y a consolidar su objetivo de "deshidratar" y "desintoxicar" la industria del jean.

En este sentido Silla señala que "no ha sido fácil encontrar a la persona adecuada para este puesto, ya que tenía que compartir nuestros mismos valores, tener las capacidades de gestión para alcanzar el siguiente nivel de expansión de la compañía y conocer a nuestros clientes". "Carlos Arias tiene todas estas características, nos conocemos desde hace 15 años y ha estado vinculado al mundo del jean y a sus nuevos retos".

Arias ha resaltado que "he estado colaborando con Jeanologia durante más de 15 años como cliente, y siempre me ha inspirado en la transformación tecnológica de las empresas en las que ha trabajado contribuyendo a que vea las cosas de manera diferente".

Como ejemplo explica que cuando trabajó para Koramsa, uno de los mayores fabricantes de jeans de Centroamérica, con una producción de 750.000 jeans por semana, fueron la primera compañía en implantar la tecnología láser de Jeanologia en una producción a gran escala, lo que les ayudó a transformar el negocio. "Desde sus inicios, Jeanologia ha invertido en innovación y sostenibilidad, principios que aún guían y seguirán guiando a la compañía", dice.

Respecto al futuro de la compañía indica que "nuestro objetivo es llevar nuestro mensaje más internacionalmente, aumentar nuestra cuenta de resultados ecológica y alcanzar lo que llamamos "MissionZero": producir jeans en cinco años sin agua ni emisiones tóxicas".

Nacido en Guatemala, Carlos, proveniente de una familia con una tradición industrial muy arraigada, comenzó a trabajar en el mundo de la industria textil desde muy joven. Licenciado en Derecho y con gran



experiencia en gestión y consultoría estratégica, ha dirigido importantes empresas relacionadas con la industria del denim como Koramsa (Guatemala), Denimatrix (EE.UU.), Kaltex Apparel (México) y Winds Enterprises (Hong Kong).

Visionario de la sostenibilidad y de la implementación tecnológica en la producción, ha estado vinculado a Jeanologia al incorporar su tecnología en diversas empresas en que ha trabajado.

Desde 1994, la misión de Jeanologia es crear una industria textil ética, sostenible y ecoeficiente a través de sus tecnologías disruptivas y su *know-how*. Su láser, G2 ozono y sistemas e-flow han revolucionado la industria textil ofreciendo posibilidades infinitas de diseño y acabado en prendas mientras ahorra agua, energía y productos químicos, elimina residuos y emisiones nocivas.

Actualmente emplea a 250 jeanologists de 24 nacionalidades y cuenta con clientes en los 5 continentes a través de sus 10 filiales. La exportación de sus máquinas y servicios representa el 90% de su facturación, internacionalizando sus productos a 61 países. Las principales marcas del mercado confían en Jeanologia y utilizan la tecnología que desarrolla.

www.jeanologia.com

Green® de Sauleda, el primer tejido solar que limpia y purifica el aire
Green® by Sauleda, the first solar fabric that cleans and purifies the air



Sauleda, fabricante de tejidos técnicos para protección solar con más de 100 años de experiencia, y Pureti, socio tecnológico de la NASA, presentan Green®, el primer textil solar ecológico del mercado. Esta tecnología tiene el objetivo de crear un impacto positivo en el entorno, mediante la purificación y limpieza del aire, para mejorar la calidad de vida de las personas.

Los tejidos con el acabado Green® se rocían con una preparación mineral basada en el dióxido de titanio (T_iO_2), capaz de eliminar la suciedad y las partículas tóxicas en suspensión a través de la incidencia de los rayos solares. Este proceso se conoce como fotocatálisis. Como la fotosíntesis, gracias a la luz solar, es capaz de eliminar CO_2 para generar materia orgánica, la fotocatálisis elimina contaminantes habituales en la atmósfera como son los SOx, COVs o NOx, mediante un proceso de oxidación activado por la luz solar. Los tejidos desarrollados por Sauleda y Pureti realizan este proceso fotocatalítico de forma continuada, purificando el aire, eliminando olores y manteniéndose más limpios con la mitad de mantenimiento que un tejido normal.

Así funciona el proceso de fotocatálisis en los tejidos Green®: empieza cuando los rayos UVA inciden en el tejido Green®, que contiene la preparación mineral basada en el T_iO_2. En este momento comienza un proceso químico sobre el tejido que convierte el oxígeno y vapor de agua presentes en el ambiente en agentes limpiadores: hidróxido (OH), un potente desinfectante, y superóxido (O_2). El OH convierte la suciedad y los compuestos orgánicos volátiles como polvo, humo o moho, en minerales y gas que, a su vez, se transforman en vapor de agua.

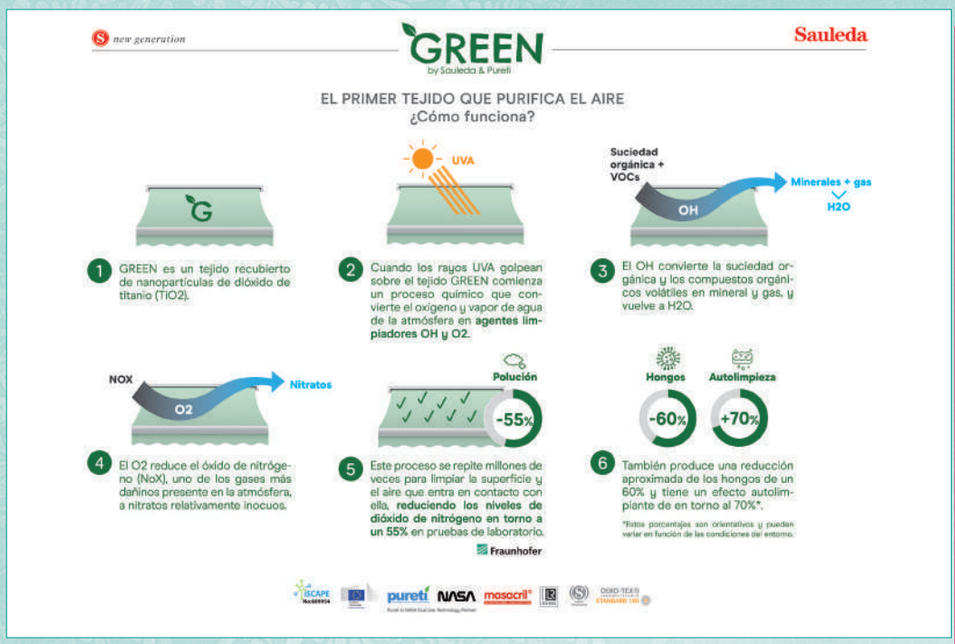
El O_2 reduce el óxido de nitrógeno (NOx), uno de los gases más dañinos que existen, transformándolo en sales relativamente inocuas. Los rayos solares son fundamentales para poder llevar a cabo el proceso de fotocatálisis, por lo que es en tejidos como toldos donde se maximiza la capacidad purificadora de gases como el NOx. Este se produce fundamentalmente por los motores de combustión de los vehículos. De esta forma, es posible calcular que 4 m^2 de un tejido Green equivalen a retirar un coche de circulación durante todo un año.

Sauleda cuenta con la ISO 9001, el Standard 100 by Oeko-Tex® y la Norma REACH que garantizan que sus tejidos están elaborados sin ninguna sustancia nociva que pueda ser un peligro para la salud, la piel y el ambiente. Pureti, por su lado, ha ganado el proyecto iSCAPE de la Unión Europea, cuyo objetivo es descontaminar las ciudades de Europa con la tecnología fotocatalítica y que es reconocido por Horizonte 2020 como uno de los diez proyectos que van a configurar la UE en los próximos 60 años.

"La alianza estratégica para lanzar esta nueva patente ecológica mundial con Pureti, con la que compartimos los mismos valores y compromiso por el medio ambiente, es el camino natural de ambas empresas para ofrecer un producto no solo sostenible, sino también beneficioso para la salud de las personas", dice José Sauleda, presidente de Sauleda.

El Grupo Sauleda tiene más de 100 años de experiencia en la fabricación de tejidos técnicos para protección solar, disponibles para diversas aplicaciones desde toldos para fachadas hasta náutica, pasando por lonas publicitarias o arquitectura textil. El grupo lidera el mercado español y tiene más de 300 trabajadores. Con una amplia presencia internacional, está en activo en más de 70 países, lo que le permitió cerrar 2018 con una facturación de 75 millones de EUR. En 2019, y gracias al lanzamiento del nuevo tejido Green, Sauleda prevé cerrar el año con un importante incremento en la facturación.

www.sauleda.com



Proceso fotocatalítico que llevan a cabo los tejidos Green® para limpiar y purificar el aire

Feria Hábitat Valencia celebrará su próxima edición del 22 al 25 de septiembre
Next edition of Feria Hábitat Valencia set to take place from 22nd to 25th September



Comienza la cuenta atrás para la próxima convocatoria de Feria Hábitat Valencia. El salón líder del hábitat 'made in Spain' y principal plataforma de nuestra industria en los mercados internacionales celebrará su próxima edición del 22 al 25 de septiembre en Feria Valencia. Hábitat consolida así su posicionamiento en septiembre y como feria de referencia en el segundo semestre del año, fórmula de éxito que desde 2017 le ha supuesto un crecimiento anual superior al 30% en todos sus parámetros.
En 2020 Hábitat se celebrará de forma estratégica en la cuarta semana del mes de septiembre para aprovechar las oportunidades que ofrece el calendario mundial de ferias y la ventana que se abre para la presencia en Hábitat tanto de nuevas firmas expositoras como de compradores y prescriptores extranjeros de mercados clave como la Unión Europea o Asia.
De hecho, según apunta su director, Daniel Marco, "el objetivo que nos trazamos para la próxima edición es consolidar el liderazgo de Hábitat como la principal plataforma de negocio en los mercados nacionales e internacionales del hábitat 'made in Spain". Y para ello, argumenta, "el camino es dimensionar y poner en valor nuestro escaparate -único en estos momentos en nuestro país- no solo con la presencia de las firmas líderes en España sino especialmente con la presencia de firmas y marcas de referencia de prestigio como es el caso de las italianas, donde tenemos muy buenas expectativas de crecimiento".
Además, Marco prevé para Hábitat 2020 una reordenación del segmento de alta decoración para evolucionar hacia un concepto en torno a la exclusividad y el lujo y en el que se integren firmas de decoración y regalo de alto nivel.
Hábitat 2020 será también más internacional y con una mirada especial hacia el mundo del contract y la prescripción de proyectos. "Debemos evolucionar hacia una feria con un alto valor añadido. Nuestros clientes nos piden, por un lado, una oferta que abarque todos los niveles del negocio entre el que se encuentra de forma importante el negocio del contract y el de la prescripción de proyectos", explica Marco.
Además, otro de los objetivos es incrementar de forma notable la internacionalización del encuentro. "Es una de nuestras señas de identidad. Los expositores acuden a Hábitat por la posibilidad de ampliar su cartera de clientes y abrirse a nuevos mercados de exportación. Y debemos seguir profundizando en este camino y en áreas como la Unión Europea, Magreb o incluso Asia, que son muy interesantes para nuestros fabricantes", apunta.
Precisamente en la última edición, la presencia de compradores extranjeros se incrementó un 30%, en especial los procedentes de Portugal (+52%), Francia (+31%), Italia (+97%), Bélgica (+94%) o EE.UU. (+25%). Los visitantes internacionales ya suponen el 15% de los 32.796 visitantes profesionales con los que se cerró la última edición de Hábitat, cifra que supone un crecimiento del 25% sobre la edición precedente.
En cuanto a los visitantes nacionales, de los datos finales analizados por la feria destaca el crecimiento de compradores procedentes del norte de España, especialmente de comunidades como Navarra, Cantabria, Euskadi y La Rioja, así como el incremento en más del 25% de la llegada de visitantes de Cataluña, Madrid y Aragón. En esta última edición, Hábitat acogió una oferta final de 503 firmas y marcas expositoras sobre una superficie expositiva de 65.000 m².
Otra de las novedades de la próxima edición, que explicamos más extensamente en un artículo en este mismo número de la revista, será que Hábitat se celebrará coincidiendo con Home Textiles Premium by Textilhogar, la cita textil que regresa a Feria Valencia tras cinco ediciones en Madrid. Con ello, el visitante de Hábitat podrá acceder también a toda la oferta de las principales marcas de textiles para el hogar, tapicería y decoración.

www.feriahabitatvalencia.com/

Trevira wins Brandenburg Innovation Award
Trevira consigue el premio Brandenburg Innovation



© Agentur Medienlabor Adam Sevens

Trevira has been named winner of the "Brandenburg Innovation Award for Plastics and Chemistry 2019" by the Brandenburg Ministry of Economic Affairs for its new flame retardant, UV-resistant polyester yarn. The yarn, which is available in a variety of colours, is specially designed for outdoor applications. It was selected for the award by a jury of five, with the prize-giving ceremony taking place at the Cluster Conference Plastics and Chemistry on 21 November.
Trevira GmbH's innovative new yarn combines multiple qualities in a way never before achieved for a polyester textile. The yarn features permanently integrated flame retardancy and UV protection, along with durable colour that is highly resistant to washing. It has immense potential for numerous applications in highly regulated outdoor sectors – for example in areas such as lounge furnishings for cruise ships.
CEO Klaus Holz said, "We are extremely pleased that our innovative development has been recognised by the jury of the Brandenburg Innovation Award. Our product demonstrates the enormous talent and potential of our development department." Five companies were nominated for this year's innovation award, which carries a EUR10,000 prize. As part of the selection process, each company was invited to meet the jury in person to talk about their product. The

HOMI, the Lifestyle Trade Fair: a curated selection of home ideas with a refreshed format
HOMI, la feria del Lifestyle: ideas para el hogar seleccionadas, ahora con nuevo formato

HOMI, the Lifestyle Trade Fair which showcases the latest home trends and styles, will be running at Fiera Milano in Rho in January 2020. The event will strengthen HOMI's position as a European platform for quality design and innovation, with a comprehensive yet carefully curated, quality-focused selection of products spanning decorations, tableware, kitchenware, textiles, fragrances, gifts and a festivity area.

Known for anticipating trends and keeping a close eye on market developments, the show will host historic, consolidated brands alongside new designers. In line with the demands of an increasingly specific sector, HOMI brings together a wide range of products, giving equal billing to the artisan and the innovative, the Italian and the international. It's a combination that has turned the exhibition into a leading event in this constantly evolving industry.

The range is extensive and well-structured, while the new lay-out of the event ensures that the exhibition is as user-friendly as possible. No longer is HOMI simply set out based on goods type: it now reflects new distribution practices, basing itself around three visitor routes designed to meet the needs of industry professionals and deliver a diversified consumer experience.

- *The first route is Home Retail Inspiration, which has a special focus on the target audience of specialist stores, large retail groups and online stores. If offers up a highly varied, versatile product offering, which in itself is split into the Fragrance Inspiration and Textile Inspiration areas, both of which feature a wealth of products to discover.*
- *Home Boutique&Design, meanwhile, gives a platform to quality manufacturing and is targeted at department stores and innovative concept stores, as well as interior designers, architects and industry operators looking for original, innovative products. Its Creazioni Italiane area will be entirely dedicated to Italian craftsmanship and design, while World Designers will bring together the best, most innovative and most unique work from international designers.*
- *The third route -Home International Delivery- is aimed at the multi-product distribution and international import and export markets. It will showcase a huge range of products at different price points to appeal to retail operators sensitive to competitiveness needs in terms of margins and product mix. It offers a range of innovative products and plenty of inspiration across all of its sub-sections, not least the accessory and stationery areas.*

Last but certainly not least, HOMI will feature a Festivity area. It will focus on the traditional festive periods and other big occasions, with Christmas decorations and nativity sets taking centre stage. The decision to set special dates and create a special area for the Festivity section is designed to boost synergy within the sector and accommodate the need of exhibitors and buyers alike.

The event will also include a packed programme of workshops, talks and meetings, offering trade visitors an overview of market trends, ideas and suggestions to help them grow their business.

HOMI, the Lifestyle Trade Fair will be held from 24 to 27 January 2020, with a pre-opening (22-26 January) for Festivity trade visitors only.

www.homimilano.com



Pappelina, the new classic rug

Brandenburg Ministry for Economic Affairs describes the prize as rewarding outstanding ideas and solutions by Brandenburg start-ups and companies, along with creative solutions from cross-sector partnerships between companies and research institutions.

Trevira GmbH is an innovative European manufacturer of high-value branded fibres and filament yarns for technical applications and hygiene products as well as for home textiles, automotive interiors and functional apparel. Two production sites and a Marketing and Sales office with a total of approx. 1,100 employees are located in Germany. These are supported by an international marketing and sales organization. In 2018, sales amounted to around 235 million EUR. The head office of the company is located in Bobingen near Augsburg. Owner of Trevira GmbH is Indorama Venture PCL, Thailand.

Trevira has a worldwide reputation for fibres and yarns for flame retardant polyester home textiles (Trevira CS), for its fibre specialties for hygiene products and technical applications as well as for low-pill fibres for functional apparel.

www.trevira.com



La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Clima de 2019 elige la alfombra reciclable Rewind del Grupo Internacional Beaulieu

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Clima (COP25) comenzó el 2 de diciembre en Madrid. Debido a que la propia ONU quiere dar un buen ejemplo, se centró en soluciones sostenibles para el encuentro. Por eso eligió la moqueta Rewind sin látex del Beaulieu International Group (B.I.G.), que es 100% reciclable. B.I.G. lanzó Rewind en septiembre.

La COP25 de las Naciones Unidas se celebró del 2 al 13 de diciembre. Para esta ocasión, la ONU utilizó los pabellones de IFEMA - Feria de Madrid, donde se instalaron 100.000 m² de moqueta Rewind.

"Rewind se distingue de otras moquetas porque no solo no contiene látex, sino que no se consume agua durante su producción, se utiliza un 83% menos de gas y se emite un 35% menos de CO_2", dice Anthony Vanden Berghe, director de Ventas y Marketing de Tradeshow & Event de B.I.G. Debido a que la moqueta carece por completo de látex, también es totalmente reciclable y se convierte en un monoreciclado puro y de alta calidad.

"B.I.G. es una empresa que se toma en serio sus responsabilidades ambientales e invierte en la economía circular", añade Anthony.

B.I.G. es especialista mundial en materias primas en el sector químico (polímeros) y en productos de ingeniería semiacabados (hilos, fibras, textiles técnicos y placas técnicas). Asimismo, es líder en una amplia gama de revestimientos para suelos para los mercados residencial y comercial (vinilo al corte, lamas vinílicas, laminados, parquet, moquetas, fieltro punzonado, césped artificial y felpudos), así como tapizados.

Con sede en Bélgica, B.I.G. cuenta con más de 5.000 empleados en 29 plantas de producción y 18 oficinas de ventas y distribución, con una presencia importante en 17 países de Eurasia, América y Oceanía. En 2018 la empresa facturó 2.000 millones de EUR y atendió a clientes de 140 países. Fiel a sus raíces como empresa familiar, B.I.G. tiene como pilares centrales la sostenibilidad, la innovación y la preocupación por sus empleados.



(Fotos© Beaulieu International Group)

UN Climate Conference 2019 chooses recyclable Rewind carpet from Beaulieu International Group

The United Nations (UN) Climate Conference (COP25) started on December 2nd in Madrid. Because the UN itself wants to set a good example, it focused on sustainable solutions for the event. That is why the organizers chose the latex-free Rewind event carpet from Beaulieu International Group (B.I.G.), which is 100% recyclable. B.I.G. launched Rewind in September 2019.

The COP25 Climate Conference took place from December 2 to 13. For this occasion, the UN covered the exhibition halls of IFEMA - Feria de Madrid with 100,000m² of Rewind carpet.

"Rewind distinguishes itself from other event carpets because not only is it latex-free, but it does not consume water during production, uses 83% less gas and emits 35% less CO_2," says Anthony Vanden Berghe, Sales & Marketing Director Tradeshow & Event at B.I.G. Because the carpet is completely latex-free, it is also fully recyclable into a clean, high-quality monorecyclate.

"B.I.G. is a company that takes its environmental responsibilities seriously and invests in the circular economy," adds Anthony.

www.rewindcarpet.com





Nueva tienda Don Algodón en Murcia
New Don Algodón shop in Murcia (Spain)





Don Algodón sigue creciendo después de su renacer de la mano del empresario valenciano Vicente Martínez. El martes 26 de noviembre abrió una nueva tienda, la cuarta de la enseña, esta vez en Murcia, después de las de Gandía, Elche y El Palomar.

El nuevo local está situado en Platería, 44, esquina con González Adalid, en el epicentro comercial de Murcia. Son 100 m² dedicados a la amplia gama de productos de la marca, desde moda femenina, complementos, ropa interior o calzado hasta textil hogar, productos para bebés, gafas o decoración.

Don Algodón es una marca propiedad de la empresa Secretos Textil, que la adquirió en 2016 a la multinacional americana BCBG Max Azria. Tuvo un gran auge en los años 80 y 90, pero desapareció después del sector textil. En esta nueva etapa ha conseguido presentar una gama tan variada de productos gracias al modelo de cesión de licencias de uso de la marca (Don Algodón cuenta con 7 empresas licenciadas). Con este modelo otros fabricantes pueden comercializar sus propios productos bajo la marca, siempre que respondan a las exigencias de calidad de Don Algodón.

El relanzamiento de la marca se ha hecho manteniendo la personalidad moderna, joven, sencilla, natural y con el estilo que se ganó en otras épocas.

La nueva etapa está resultando un éxito. La marca facturó más de 15 millones de EUR en 2018, primer año de funcionamiento de las licencias, y prevé aumentar resultados este ejercicio por lo que Martínez valora licenciar todavía algunas líneas como moda hombre, pijamas u otros.

Don Algodón ha iniciado asimismo su expansión internacional y está presente en Italia, Francia, Portugal, Grecia, Chipre, Rumanía, Malta, Andorra y Argelia y tiene su propia tienda *on line* www.donalgodon.com.

Secretos Textil prepara para el primer trimestre de 2020 una expansión basada en franquicias corner, con 50 puntos de venta previstos. Se trata de un modelo de venta "tipo stand" ubicado en una tienda multimarca, con la ventaja para el franquiciado del flujo de clientes y de la imagen de Don Algodón, pero a un coste de acceso más económico que en la franquicia estándar.

Secretos Textil, la empresa propietaria de la marca forma parte del grupo de empresas de Vicente Martínez (Export Trading, Gandía Textil, DA Home y Secretos Textil), que tiene centros de producción en El Palomar (Valencia), Portugal, China y Pakistán. Cuenta con 17 tiendas propias, 4 almacenes mayoristas y 10.000 m² de instalaciones en su sede central de El Palomar, donde se diseña, fabrica y distribuye. El grupo emplea a 106 profesionales.

www.donalgodon.com

ATEVAL suscribe un convenio con Banco Sabadell, entidad que apuesta por el sector textil valenciano
ATEVAL signs an agreement with Banco Sabadell, which bets on the Valencian textile sector

La Asociación de Empresarios Textiles de la Comunidad Valenciana ATEVAL y el Banco Sabadell han suscrito un convenio de colaboración en la sede social de ATEVAL en Ontinyent. La firma de este convenio responde al compromiso de ATEVAL con todos sus asociados de procurarles en todo momento la más amplia y satisfactoria oferta de productos y servicios, con la finalidad de proporcionarles ventajas que contribuyan a mejorar su competitividad.

El convenio permitirá a todas las empresas asociadas a ATEVAL beneficiarse de unas condiciones preferentes en productos de financiación, entre otros la Cuenta Expansión Negocios Plus y PRO, pólizas de crédito, *leasing*, *autorenting*, *inforenting*, avales, líneas subvencionadas, *confirming*, *factoring*, negocio internacional, fomento de la exportación y compromiso con las empresas. El convenio tiene una vigencia de un año, que se prorrogará automáticamente, salvo que se denuncie por alguna de las partes.

Además de las ventajas que supone para las empresas asociadas, ATEVAL valora con gran satisfacción la firma de este convenio pues el hecho de que una entidad financiera de la importancia y la trayectoria histórica del Banco Sabadell ofrezca un acuerdo de estas características a la asociación de empresarios textiles, prueba la confianza del mundo financiero en las posibilidades de futuro de la propia industria textil valenciana.

www.atevalinforma.com





Un premio Pritzker opta una vez más por los tejidos Mermet

En el Centro Botín, en Santander, se desarrolla la programación artística, didáctica y cultural de la Fundación Botín, la fundación cultural privada más importante del país. Para rendir homenaje a una espectacular panorámica a orillas del Atlántico, el arquitecto Renzo Piano, en colaboración con la agencia madrileña Luis Vidal + Architects, privilegiaron en este caso la luz natural y la ligereza, una apuesta que exigía incorporar la protección solar al propio diseño del edificio. Para proteger las colecciones y al mismo tiempo garantizar a los visitantes un confort visual y térmico óptimo a lo largo del año, se elaboró una ingeniosa combinación de tejidos Satiné 5500, SV 10% y Karellis 11301 de Mermet.

Conjugar luz y transparencia. Este edificio bicéfalo, construido a la orilla del mar, en los Jardines de Pereda, se ha convertido en una de las principales atracciones turísticas con su revestimiento de 270.000 discos de cerámica.

Dos edificios curvados de 10.000 m², sustentados sobre unos pilares a la altura de la copa de los árboles, ofrecen una vista despejada para poder contemplar con libertad desde el casco histórico hasta la bahía:

- el ala Oeste despliega 2.500 m² de espacios de exposición en dos niveles de 5 m de altura
- el ala Este consta de aulas, espacios de trabajo y un auditorio de 300 plazas cuya fachada acristalada orientada al sur alcanza los 7,5 m de altura.

Para los arquitectos, también resultaba esencial:

- hacer penetrar la mayor cantidad de luz natural posible pero controlando el deslumbramiento
- mantener una perfecta transparencia, tanto hacia el exterior como hacia el interior, para disfrutar de este destacable centro en el que proliferan las conexiones visuales con el agua y el parque
- proteger las obras de arte al tiempo que se brinda a los visitantes un confort térmico óptimo.

La superposición de tres telas Mermet de hasta 8 m de altura (es decir, un total de 300 estores), elaborada e instalada por el fabricante de estores Resstende s.r.l., permitió cumplir estos objetivos:

- un estor exterior de gran altura (1,20x7,90 m) para controlar la luz y el calor: el tejido Satiné 5500 color 0201 Blanco Gris filtra un 94% de la radiación solar para asegurar un confort térmico y protege del deslumbramiento y de la radiación de UV para preservar las obras expuestas
- dos tejidos en aplicación interior completan el dispositivo de protección solar:
  - para ensombrecer y bloquear los rayos solares, los estores zip de 0,8x7,90 m dotados de una tela fina y ligera Karellis 11301 de color 608 Chartreux, regulan aquí la luz y proporcionan una ocultación total
  - para aumentar la luminosidad en los espacios abiertos, el tejido SV 10% color 0102 Gris Blanco se seleccionó por su capacidad para difundir la luz y su transparencia; éste se utilizó en estores de enrollamiento de 0,80x4 m de altura.
- Mermet, tejidos únicos con su material compuesto de hilo de vidrio. Los tejidos Mermet, especialmente adaptados a los nuevos estándares de la arquitectura contemporánea y, en particular, a los ventanales de gran altura como los del Centro Botín, destacan, gracias a su composición, por:
  - su excelente resistencia mecánica a las tensiones
  - su clasificación respecto al fuego Clase 1 que cumple las normas de los locales abiertos al público
  - su excelente estabilidad dimensional aún más importante para los ventanales de gran altura



  - su destacable durabilidad con su ensayo de resistencia mecánica de 10.000 ciclos.
- Satiné 5500, la solución de protección solar exterior. El tejido Satiné 5500 es un aliado de las fachadas que ofrece:
  - una protección contra el calor sin igual: hasta un 96% de la energía solar se repele en aplicaciones exteriores (gtot de 0,04 con un acristalamiento de referencia g = 0,32 y U = 1,1)
  - una transparencia de alta calidad que ofrece una visión nítida del exterior
  - un confort visual ideal con un excelente control del deslumbramiento gracias a su tejido satinado en diagonal al tiempo que se optimiza el aporte de luz natural: filtración de hasta un 96% de los rayos luminosos (Tv: 4%).
- SV 10%, para lograr una transparencia y un aporte de luz natural óptimo. Este tejido trenzado conjuga confort visual y transparencia y permite optimizar el nivel de luz natural. Bloquea hasta un 90% de los UV y repele hasta un 85% de la energía solar.

Existen 12 colores en 3 anchuras (200, 250 y 320 cm).

El Centro Botín es un proyecto de gran envergadura que brinda a Mermet la posibilidad de demostrar de nuevo su maestría en cuanto a protección solar. Con unos tejidos que garantizan un excelente nivel de rendimiento térmico y óptico y que cumplen todas las exigencias, incluso en un ambiente marino, la empresa francesa puede anotar en su haber un nuevo y prestigioso logro internacional.

Pritzker Prize winner selects Mermet fabrics again

Centro Botín is located in Santander (north-western Spain). It hosts the artistic, educational and cultural events of the Foundation Botín, the largest private cultural foundation in the country. To pay homage to a spectacular vista on the Atlantic Ocean waterfront, architects Renzo Piano worked closely with Madrid agency Luis Vidal + Architects. Here they focused on natural lighting and a lightweight structure, which required that solar shading be integrated in the actual building design. To protect the artwork collections and ensure optimal visual and thermal comfort for visitors throughout the year, an ingenious combination of Mermet fabrics Satine 5500, SV 10% and Karellis 11301 was developed. When light and transparency cohabit. This two-part arts centre is built on the waterfront in the Pereda gardens. It has become a major tourist attraction, not simply because of the 270,000 ceramic discs that embellish its outer walls. Two curved structures enclosing 10,000 m² of space are

supported by tree-high pillars to provide an unrestricted vista enabling onlookers a direct view of the bay from the historical old-town:

- *the west wing houses 2,500 m² of gallery space on two 5-m high levels*
- *the east wing hosts classrooms, workspaces and a 300-seat auditorium, which features a 7.5 m-high double-glazed façade facing south across the water.*

For the architects, several points were essential:

- *allow as much natural light in as possible while limiting glare*
- *ensure seamless transparency, both inwards and outwards, to enjoy this remarkable construction that offers magnificent visual links with the water of the bay and the surrounding park*
- *protect art installations while ensuring visitors enjoy optimal thermal comfort.*

Developed and installed by blind maker Resstende s.r.l, the solution to meet all these requirements involved overlaying three Mermet fabrics up to 8 m high (a total of 300 blinds):

- *a tall external blind (1.20x7.90 m) to control light and heat: the Satine 5500 fabric 0201 White Grey filters 94% of solar radiation to deliver thermal comfort while preventing glare and blocking UV radiation to protect exhibited works,*
- *two internal fabrics complete the solar shading:*

- *to darken and block out sun rays, zip internal blinds measuring 0.8x7.90 m and using Karellis 11301 thin and lightweight fabric 608 Chartreux, serve to regulate light and provide full blackout capability*
- *to enhance the light levels in open spaces, the SV 10% fabric 0102 Grey White was selected for use on 0.80x4 m roller blinds due to its light diffusion capabilities and transparency.*

- *Mermet, unique fabrics with glass fibre material. Due to their composition, Mermet fabrics are especially well-suited to the new norms of contemporary architecture, especially large glass façades like those on the Centro Botín. The fabrics stand out through:*

- *their excellent mechanical strength for tensioning*
- *their M1 (French) and BS fire ratings which satisfy the requirements for public-access buildings*
- *their excellent dimensional stability, which is all the more important for tall window walls*
- *their remarkable durability, as demonstrated by the 10,000 cycle mechanical endurance test.*

- *Satine 5500, the external solar shading solution. Satine 5500 is the ally of the façade as it provides:*

- *unrivalled heat protection: up to 96% of solar radiation is eliminated in external applications (gtot 0.04 where reference glass g = 0.32 and U = 1.1)*
- *high-quality transparency with clear outward vision*
- *ideal visual comfort with excellent glare control due to the diagonal weave of the satin fabric, while optimising the influx of natural light: up to 96% of light rays are filtered (Tv: 4%).*

- *SV 10%, for optimal transparency and influx of natural light. This open-basket weave design blends visual comfort and transparency to optimise the natural lighting level. It blocks out up to 90% of UV rays and eliminates up to 85% of solar radiation.*

12 colours are available in widths of 200, 250 and 320 cm.

The Centro Botín project is substantial and offers Mermet the opportunity to once again demonstrate its unrivalled know-how in terms of solar shading. With fabrics that ensure excellent thermal and optical performance, and which meet all requirements even in a marine environment, the French company can be proud of another successful prestigious international project.

www.sunscreen-mermet.com

Automation – a key theme for Saurer Twisting Solutions at Domotex 2020
La automación, cuestión clave para Saurer Twisting Solutions en Domotex 2020

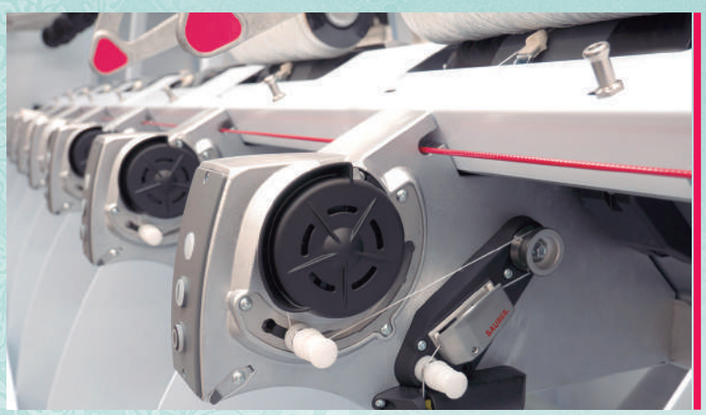


Automated guided vehicle PackDrive

Domotex, the world's largest trade fair for floor coverings, will take place in Hanover from 10 to 13 January 2020. Saurer Twisting Solutions is looking forward to welcoming customers and visitors at their Booth B35 in Hall 11.

- *Automation solutions made to measure for processing BCF yarns. At Domotex, Saurer Twisting Solutions will present customer-optimised solutions for process automation and product cost reduction. Automation of the material transport systems offers significant customer benefits. This is because these systems are individually adapted to the needs of clients and enable an optimum material flow throughout the entire twisting mill. Whether in the form of a lifter in combination with the rail transport system FlexFlow or the automated guided vehicle PackDrive, the modern automation solutions offered by Saurer are the next step into the future.*
- *Easier and faster with new machine generation. The new generation of the carpet yarn machine, the CarpetCabler CarpetTwister 1.10, offers an optimum of possibilities for reliably and confidently mastering even the most unusual requirements of a lively market.*
  Central adjustments of almost all production parameters, an intuitive user interface and the newly designed take-up area significantly reduce the machine's changeover times. Modern drive technology and innovative yarn sensor technology for monitoring the yarn quality generate significant added value for customers.
- *Process control with Saurer Mill Management System Senses. This digital system bundles and analyses production, quality and performance data across all divisions. Even machines from third-party manufacturers can be managed. Plan deviations, quality fluctuations or irregularities are thus detected in real time, enabling mill managers to react quickly. They can also use the sum of the data to analyse processes comprehensively in order to find opportunities for optimisation.*

www.saurer.com



CarpetCabler CarpetTwister 1.10

Vayoil colabora de nuevo con Casa Caridad Valencia y Cáritas Diocesana Barcelona
Vayoil collaborates again with Casa Caridad Valencia and Cáritas Diocesana Barcelona

Vayoil Textil, S.A., compañía española del sector de lencería para hostelería y colectividades, colabora desde hace más de 10 años con diferentes asociaciones sin ánimo de lucro en línea con su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa.

Dos de sus últimas aportaciones a iniciativas solidarias ha sido ser empresa colaboradora con Cáritas Diocesana de Barcelona a través del acuerdo suscrito con FELAC (Federación Española de Asociaciones de Fabricantes de Maquinaria para Hostelería, Colectividades e Industrias Afines). A través de este acuerdo de colaboración, FELAC, trata de promover la donación de equipamiento para hostelería entre las compañías que forman parte de su colectivo empresarial, con el objetivo de satisfacer las necesidades que tiene esta entidad social para el funcionamiento de sus instalaciones.

En este caso, Vayoil Textil, empresa vinculada a FELAC, se ha encargado de dotar de equipamiento textil para alguno de los centros que esta entidad social gestiona; centros de día para personas mayores, casas de acogida, centros de apoyo maternoinfantil o viviendas para personas sin hogar.

Además, la compañía textil ha colaborado con Casa Caridad Valencia a través de la donación de mantas a esta centenaria entidad valenciana que cada día atiende a cientos de personas en situación de extrema necesidad, producto fundamental en la época del año en la que nos encontramos. En palabras de Arturo Hernández, director General de la compañía: "Para nosotros, la colaboración con fundaciones y asociaciones que realizan labores sociales importantes para la sociedad, es parte de nuestro ideario, nuestra cultura. Llevamos más de una década integrando estas acciones de Responsabilidad Social Empresarial en nuestro día a día y es algo de lo que nos sentimos muy satisfechos".

www.vayoiltextil.es



Intertextile Shanghai Home Textiles – Spring Edition returns in March 2020
Intertextile Shanghai Home Textiles – Primavera vuelve en marzo de 2020

The Spring Edition of Intertextile Shanghai Home Textiles will return to the National Exhibition and Convention Centre in Shanghai from 11 to 13 March 2020. Demonstrating consistent growth in recent years, the fair is a preeminent annual destination for the best of finished home textile products. The fair gathers leading high-quality suppliers from China, as well as from overseas, featuring a wide range of home textile collections.

Despite ongoing trade disputes and global economic uncertainty, data from the National Bureau of Statistics shows that China's home textile industry maintained steady growth in the first 8 months of 2019. The domestic sales of home textile products amounted to USD 13.4 billion in the period January-August, with a year-on-year growth rate of 4.81%.

"In China, the overall economic slowdown, and of course, the trade conflict with the US is creating uncertainty," explained Ms Wendy Wen, Senior General Manager of Messe Frankfurt (HK) Ltd. "However, thanks to the population size and purchasing power of the Chinese market, even a slower growth rate can equate to good business potential. The Chinese home textile industry is continuing to perform well against all odds. This steady growth injects confidence to the market."

Held amid the peak sourcing season of the Chinese home textile industry, Intertextile Shanghai Home Textiles — Spring Edition is the ideal place for companies to tap into the growing Chinese market, and for buyers to source the best of finished home textile products. The 2019 Spring Edition attracted 22,296 trade buyers from 60 countries and regions (up 6.8% from the 2018 Spring Edition, which had 20,870 visitors), as well as 291 exhibitors from 10 countries and regions (up 25% from the 2018 Spring Edition, which featured 232 exhibitors). This growth confirms the fair's effectiveness as a trade platform in the industry.

In March 2020, the Spring Edition will showcase a range of home textile products including bedding & towelling, rugs, table & kitchen linen, home textile technologies, textile design and many more. For those who want to unlock China's abounding trade opportunities, Intertextile Shanghai Home Textiles – Spring Edition is the place to be. This fair will be held concurrently with four other textile events: Intertextile Shanghai Apparel Fabrics – Spring Edition, Yarn Expo Spring, CHIC and PH Value. Intertextile Shanghai Home Textiles – Spring Edition is organised by Messe Frankfurt (HK) Ltd; the Sub-Council of Textile Industry, CCPIT; and the China Home Textile Association (CHTA).



(Photo: Messe Frankfurt (HK) Ltd)

www.intertextilehome.com

Nueva imagen para Feria Hábitat València 2020

Más fresca, moderna y con una clara apuesta por el diseño: así es la nueva imagen que el equipo de diseño del estudio valenciano Odosdesign ha creado para la próxima Feria Hábitat València. La cita líder del hábitat 'made in Spain' (22-25 septiembre en Feria Valencia), ha planteado una evolución en su imagen corporativa que, según apuntan el propio estudio, llega "en un momento clave para Feria Hábitat València, posicionada como una de las ferias del mueble e iluminación de referencia internacional y en la que se ha dado un paso más, renovando toda su identidad corporativa y respondiendo así a su expansión y presencia global".

Para esta nueva identidad se ha elegido una familia tipográfica de palo seco, con ligeros contrastes de grosor en sus trazos y con marcados ángulos rectos en sus ramas. "Los contrastes tipográficos empleados responden a la diversidad de empresas que participan en la feria, marcas con líneas más clásicas y largas trayectorias, frente a las marcas más jóvenes y arriesgadas. Todas estas características nos permiten crear una identidad muy visual y singular, que transmite la firmeza, trayectoria y solidez de Feria Hábitat València".

Del mismo modo, "en sus aplicaciones la marca aparecerá de manera muy visual, dando mayor presencia a sus colores y su símbolo, el cual ha nacido a partir de las siglas del certamen". Para Odosdesign, "Feria Hábitat València respira diseño y ha venido para quedarse".

Esta será la tercera edición en la que Hábitat contará de nuevo con la colaboración y apoyo en la dirección creativa de Odosdesign. Este equipo multidisciplinar lo encabezan los diseñadores Ana Segovia y Luis Calabuig. Colabora habitualmente con firmas internacionales de referencia y, entre sus premios, destacan el Red Dot Award o el Laus de Bronce.

La puesta en marcha de la nueva imagen de Hábitat marcó también el arranque de la campaña comercial para la próxima edición, una cita en la que los objetivos son muy ambiciosos después de que en la última edición Hábitat alcanzara los 65.000 m² de ocupación bruta con más de 500 firmas y marcas expositoras. El atractivo de la cita crece porque en la próxima edición se suma la celebración coincidente con Home Textiles Premium by Textilhogar.

New look for Feria Hábitat València 2020

The new look created by Valencia design consultancy Odosdesign for the next edition of Feria Hábitat València is fresher, more modern, and marks the fair's clear commitment to design. The fair for 'made in Spain' interiors (22-25 September, Feria Valencia), has taken its corporate identity forward "at what," according to the consultancy, "is a key time for Feria Hábitat València, positioned as it is as one of the world's leading international fairs for furniture and lighting. The new look marks a further step forward, giving the event a refreshed corporate identity that reflects its expansion and global presence".

The typography chosen for the new identity is a sans-serif typeface family, with slight contrasts in thickness in the strokes and distinct right angles on some of their parts or extensions. According to the designers, "The typographic contrasts used reflect the diversity of companies that exhibit at the fair, long-established brands with more classic lines on the one hand and, on the other, younger brands that are more daring. All these different features have enabled us to create a very visual, quite unique identity that reflects the strength of Feria Hábitat València and the fact that it has been around for a long time and is solid."

Similarly, "the brand will make a strong visual impact in each of the different ways it is applied, with the colours and symbol, which was created from the acronym for the fair, being more prominent." For Odosdesign, "Feria Hábitat



València lives and breathes design and is here to stay." This will be the third time that Hábitat has partnered with and been supported on the creative front by design consultancy Odosdesign. The multi-disciplinary team is led by Ana Segovia and Luis Calabuig. It works on a regular basis with leading international companies and have won a number of prizes including, most notably, the Red Dot Award and the Laus de Bronce.

The launch of Hábitat's new look also marked the start of the sales drive for the next edition of the fair. On the back of 65,000 m² of space having been booked last time round and occupied by more than 500 companies and brands, the organisers have set very ambitious targets for 2020. The fair will appeal on multiple fronts next year as Home Textiles Premium by Textilhogar will be running at the same time.

www.feriahabitatvalencia.com

Pantone Colour of the Year 2020 - Classic Blue
Classic Blue, color Pant one del año 2020

Pantone Colour of the Year was announced as PANTONE 19-4052 Classic Blue. According to Pantone, this colour represents a dependable and stable foundation to move forward to a new era. It brings calmness, confidence and connection.

'We are living in a time that requires trust and faith. It is this kind of constancy and confidence that is expressed by Pantone 19-405 Classic Blue, a solid and dependable blue hue we can always rely on.' said Leatrice Eiseman, Executive Director of the Pantone Color Institute.

"Think traditional, soothing and strong." It is also versatile which means it is going to be a popular choice. You can pair it with saffron yellow, soft pink and even rich forest green.

www.pantone.com



Vescom presenta tres telas para tapicería coloridas y extrafuertes
Vescom launches three colourful and extrastrong upholstery fabrics

Coloridas y extrafuertes. Así son las nuevas telas para tapicería Acton, Rolla y Dikson, cada una con una estructura especial. Desarrolladas y producidas en la fábrica de tejidos propia de Vescom, su gran resistencia al desgaste las hace idóneas para cualquier uso por intenso que sea.

- Acton, imprescindible para el mercado de oficinas. Tela para tapicería básica y fuerte. Mezcla de varios colores con un tacto agradable. La tela tiene un aspecto mate y está disponible en 39 colores muy alegres. Junto a los tonos esencialmente neutros, la gama de colores también contiene colores más luminosos como amarillo, naranja, rojo, turquesa y distintas coloraciones de verde. Fácil de aplicar al tapizar, es ideal para sillas de oficina y de salas de reuniones. Perfecta para un jardín de oficina, por ejemplo. Acton es ignífuga, resistente al desgaste (90.000 ciclos Martindale, 100.000 ciclos dobles Wyzenbeek), inalterable a la luz y con solidez del color. Además, tiene un precio muy interesante.
- Rolla: tridimensional, sólida y gráfica. Tela con un carácter marcado y arquitectónico. El diseño tridimensional y gráfico tiene una elevada resistencia al desgaste, pese al relieve. Su gama de colores consta de 20 tonos modernos, desde tonalidades de grises, hasta azul, rosa y naranja. Los colores de Acton y Rolla se han ajustado entre sí, por lo que se pueden combinar a la perfección, incluso en un solo mueble. Como Acton, Rolla es ignífuga, resistente al desgaste (50.000 ciclos Martindale, 100.000 ciclos dobles Wyzenbeek), inalterable a la luz y con solidez del color.



Acton

Los tejidos Bliss, seleccionados para el Trend Space Heimtextil 2020
Bliss fabrics selected for the Trend Space Heimtextil 2020

Bliss se presentará de manera oficial en la Heimtextil 2020 (Hall 4.0, stand B56) y el Design Studio Stijlinstituut Amsterdam ha seleccionado diez de los tejidos Bliss by Citel para la presentación de tendencias 20/21 "Where I Belong" durante la feria. Estos tejidos estarán expuestos en el Trend Space (Hall 3.0) durante los cuatro días que dura la feria, del 7 al 10 de enero de 2020.

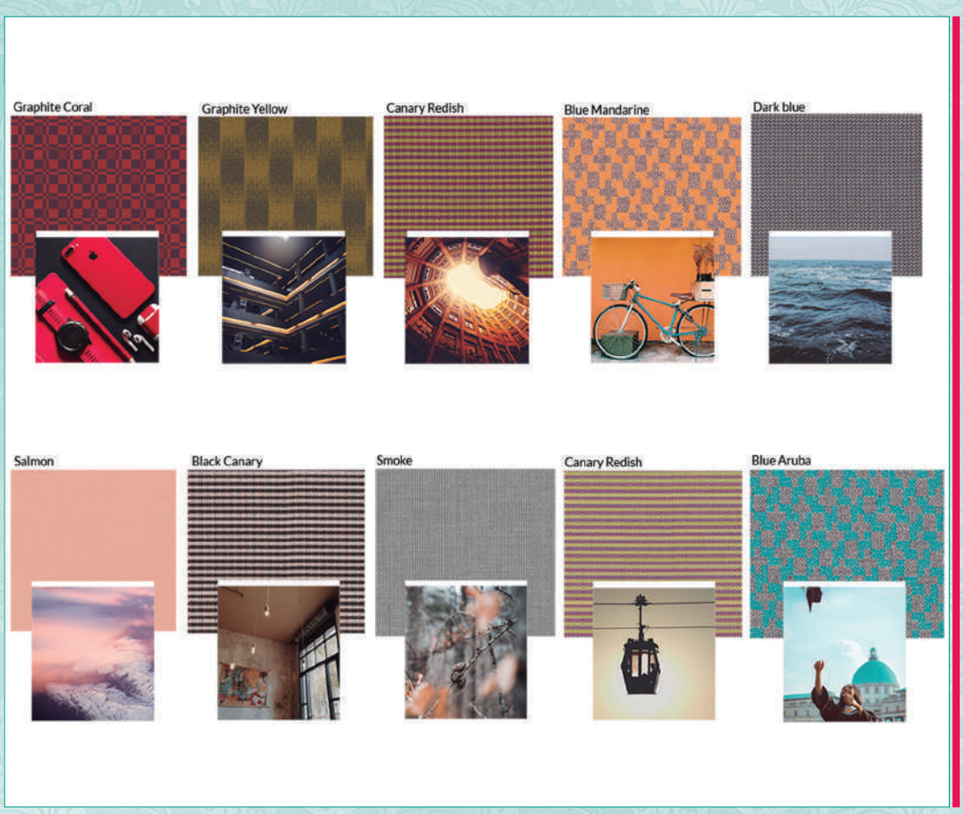
También se mostraran temas de interés sobre el futuro de la industria textil, así como las últimas tendencias en color, estampados y materiales, utilizando las colecciones de expositores seleccionados.

El objetivo de Citel es crear tejidos para otros profesionales que sean igual de entusiastas que ellos, que buscan los mejores tejidos del mercado para dar forma a sus productos finales, siempre innovando en diseño.

Crear es el principal objetivo de Citel. Es su felicidad, es Bliss. Quieren soñar sin límites, seguir imaginando y produciendo tejidos especiales y diferentes. Quieren hacer realidad sus sueños y potenciar su creatividad a través de tejidos que, a su vez, aseguren unas buenas características técnicas de producto outdoor.

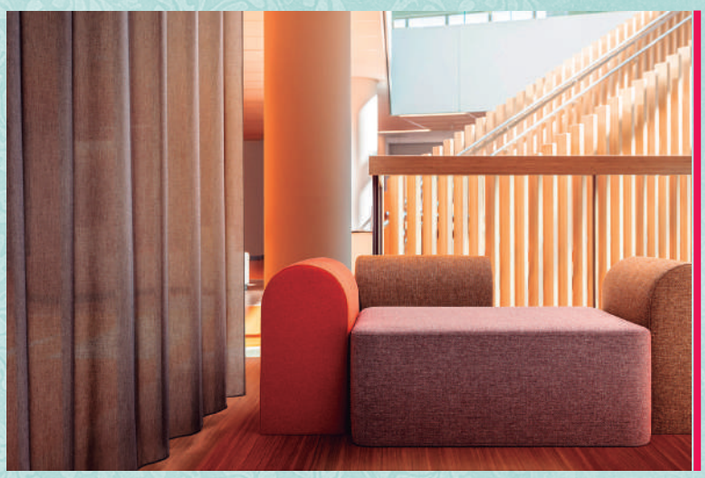
Eso sin olvidar al equipo técnico que hay detrás e invierte en I+D para encontrar la manera de garantizar la calidad y la seguridad de las colecciones de la firma.

www.citel.es





Acton & Rolla



Dikson

- Dikson: Mezcla rica de chenilla con un tacto suave. Suave pero muy fuerte y resistente al desgaste (100.000 ciclos Martindale, 100.000 ciclos dobles Wyzenbeek). Dependiendo del ángulo de luz, la tela para cortinas deja ver distintos colores. Dikson es el camaleón que combina perfectamente con el resto del interior. La gama de colores es suave y consta, entre otros, de gris cálido y diversos tonos piedra.

Por su aspecto cálido y exuberante, es una tela ideal para la hostelería. Acton y Rolla se incorporan al archivador upholstery 01; Dikson al upholstery 02. El catálogo actual de Vescom consta de revestimientos murales, tapicerías y telas para cortinas para el mercado de proyectos.

www.vescom.com/es

El retail en zona comercial es el último segmento en caer en caso de crisis económica
Retail in commercial areas is the last segment to fall in the event of an economic crisis

El retail en ubicaciones comerciales es el segmento inmobiliario que presenta una mayor rentabilidad y una menor fluctuación en cuanto a su dinamismo en época de crisis económica. En España los locales comerciales son el tipo de activo inmobiliario que ofrece una mayor rentabilidad bruta anual por su compra y posterior alquiler, con una media del 5,5%, seguido de los activos de logística (5,3%), de oficinas (5%), los residenciales (4,5%) y del segmento hotelero (4%). De hecho, el retail alcanzó un volumen de 696 millones de EUR en el tercer trimestre del año, acaparando el 24% del total de la inversión inmobiliaria no residencial en España.

Las arterias comerciales más caras de España en cuanto a alquiler de locales siguen concentrándose en Barcelona y Madrid. Portal de l'Àngel sigue liderando el ranking con un alquiler medio mensual de los locales que alcanza los 300 EUR/m². Le siguen la calle madrileña de Preciados, con un alquiler medio de 270 EUR/m², y el Paseo de Gracia barcelonés, con rentas mensuales que rondan los 260 EUR/m².

"Los locales comerciales son el activo inmobiliario más seguro como inversión, por lo que en una eventual época de crisis económica o recesión, el retail en ubicaciones comerciales es el último segmento en caer debido a la estabilidad de la demanda en zonas de paso de ciudades como Madrid o Barcelona. Además, las grandes marcas internacionales usan este tipo de locales como un 'escaparate' para posicionarse en las capitales europeas y ganar reconocimiento de marca y exclusividad", afirma Miquel Laborde, socio fundador de Laborde Marcet.

Junto a la fortaleza de la tienda física en las calles comerciales de las grandes ciudades, el comercio electrónico está cambiando las reglas del juego del comercio detallista. Uno de esos cambios es la apuesta de muchas de las marcas más potentes de los sectores de la tecnología, la moda, la banca o la restauración por la implantación de las conocidas como *flagship stores*. Si bien no destacan por la rentabilidad que arrojan a las compañías, pues las ventas que generan a menudo solo compensan las elevadas rentas de este tipo de locales, son un arma de marketing y reconocimiento muy eficaz para llegar al consumidor final. Solo aquellas marcas capaces de alcanzar grandes volúmenes de venta de productos o que comercializan bienes de lujo consiguen generar beneficios en sus *flagships* por encima de otros establecimientos de la misma marca.

Esta tendencia es ya una realidad en las principales calles del país. Ejemplo de ello son las operaciones de primer nivel llevadas a cabo recientemente como la ampliación del local de Tezenis en Portal de l'Àngel, la reapertura de la macrotienda de Zara en Paseo de Gracia frente a las *flagships* de H&M y Uniqlo, los recientes aterrizajes de Liu Jo y Falconeri (Calzedonia) en esta misma calle barcelonesa, las aperturas de Lacoste y Zadig&Voltaire en la calle Serrano o las de Pull&Bear y Pikolinos en Preciados. Una mezcla de marcas de lujo con firmas *low cost* con el denominador común de la envergadura de las marcas y su apuesta por tener destacada presencia en el *High Street* español.



El Portal de l'Àngel barcelonés, uno de los epicentros comerciales de la ciudad, sobre todo en Navidad

Hostelco asigna el 70% de la superficie expositiva meses antes de su celebración

A cinco meses de su celebración Hostelco, el Salón Internacional del Equipamiento para Restauración, Hotelería y Colectividades, había asignado ya el 70% del espacio previsto que compartirá con Restaurama, el salón de la feria Alimentaria dedicado a la Restauración y la Alimentación fuera del hogar, conformando la mayor plataforma internacional de productos y servicios para el canal Horeca. La evolución positiva de Hostelco refleja asimismo la buena marcha del sector, que en 2018 registró un aumento del 5% en la facturación, según los resultados del estudio económico elaborado por FELAC, entidad coorganizadora de Hostelco.
La próxima edición de Hostelco, que se celebrará con la feria Alimentaria del 20 al 23 de abril de 2020 en el recinto de Gran Via de Fira de Barcelona, presentará las últimas novedades en maquinaria y equipamiento para el mundo del *hospitality* sumando sinergias con Restaurama, el salón de Alimentaria que ofrecerá oportunidades de negocio a las empresas de alimentos dirigidos al canal Horeca, así como a las divisiones de *foodservice* de las grandes multinacionales.
Así, según las previsiones, Hostelco y Restaurama sumarán más de 30.000 m² que reunirán la oferta de más de 800 firmas expositoras, el 27% de ellas internacionales, y recibirán la visita de 47.500 profesionales del canal Horeca, entre los que destacan más de 1.800 compradores estratégicos invitados, procedentes de 77 países.

Hostelco allocated 70% of the exhibition area months before taking place

Five months before its celebration Hostelco, the International Exhibition of Equipment for Catering, Hotels and Collectivities, had already allocated 70% of the space planned to share with Restaurama, the exhibition of the Alimentaria fair dedicated to Catering and Food outside the home, so making the largest international platform of products and services for the Horeca channel. The positive evolution of Hostelco also reflects the good progress of the sector, which in 2018 registered a 5% increase in turnover, according to the results of the economic study carried out by FELAC, Hostelco's co-organising entity.
The next edition of Hostelco, which will be held along with the Alimentaria fair between 20 and 23 April 2020 at the Gran Via exhibition centre of Fira de Barcelona, will present the latest machinery and equipment for the world of hospitality, adding synergies with Restaurama, the Alimentaria show that will offer business opportunities to food companies aimed at the Horeca channel, as well as the foodservice divisions of the large multinationals.
Thus, according to forecasts, the Hostelco and Restaurama shows will have more than 30,000 m² that will bring together the offer of more than 800 exhibiting firms, 27% international, and will receive the visit of 47,500 professionals from the Horeca channel, including more than 1,800 strategic buyers invited from 77 countries.

www.hostelco.com





Segunda edición de los Premios Empresariales AITEX
Second edition of the AITEX Business Awards

AITEX ha convocado la II edición de los Premios Empresariales, con un total de 30.000 EUR en premios. El objetivo es promover, reconocer y difundir los mejores proyectos e iniciativas de las empresas textiles nacionales.
Hoy día, la innovación y la sostenibilidad se han convertido en factores clave para la transformación y crecimiento de las empresas textiles, siendo fundamentales para operar con éxito en el actual entorno de mercado, que es abierto, globalizado y competitivo. Las empresas textiles han sabido estar a la vanguardia de las necesidades actuales, innovando, desarrollando y mejorando productos, procesos o servicios, destacando en el ámbito de la cadena textil, innovaciones en procesos de fabricación de hi-



Cuatro claves para prevenir las pérdidas en tienda
Four keys to prevent in-store losses

La semana del Black Friday se ha convertido en una época abrumadora tanto para los eCommerce como para las tiendas físicas. Por ello, las tareas de prevención de pérdidas pasan a ser clave en temporadas de alta demanda donde se compran grandes cantidades de mercancía a través de múltiples canales y puntos de contacto, y donde las tiendas bullen de ajetreo de compradores. De hecho, los 10 días de compras más ocupados de la temporada 2018 -entre los que se incluye el Black Friday- representaron casi el 45% del tráfico total de la temporada, según ShopperTrak.

De acuerdo con el Índice de pérdida desconocida Global Sensormatic 2018, en dicho año los minoristas perdieron casi 100.000 millones de dólares a escala mundial y un porcentaje significativo de esa pérdida ocurre durante estos días clave. El robo externo y el fraude son la mayor fuente de pérdidas en todo el mundo, representando un tercio del total. Frente a esta situación de incertidumbre, los expertos de Sensormatic Solutions, parte de Johnson Controls Building Technologies & Solutions han analizado cuatro claves para entender la importancia de contar con soluciones de rendimiento en tienda durante picos de trabajo como la semana del Black Friday.

1. Control del inventario: Hoy, lo que quieren los clientes es que los minoristas tengan sus productos disponibles sin importar cuándo, dónde o cómo comprar. Pero este aumento de múltiples escenarios presenta un reto importante a la hora de tener controlado todo lo que hay en la tienda o el almacén, dando como resultado pérdidas abundantes. Como recurso ante este problema, soluciones como TrueVUE SaaS (software como servicio) mejora la visibilidad del inventario en tiempo real gracias al contador cíclico de inventario RFID que permite una reposición interactiva para que los retailers sepan exactamente el stock que tienen disponible en la tienda o en el almacén. La exactitud de inventario es del 99,8%.
2. Aumentar la disponibilidad de personal: Los clientes son el centro del negocio de todo minorista. De hecho, Forrester reveló en 2018 que la clave para una venta minorista exitosa es mejorar la experiencia del cliente. Estos datos remarcan la importancia de que los empleados estén disponibles para atender de manera personalizada a los clientes que entran en la tienda. Las etiquetas para protección electrónica de artículos (EAS) más modernas consiguen combinar la facilidad de uso y protección de artículos en una etiqueta de una sola pieza que se aplica y retira con mayor rapidez, lo que deja a los empleados más tiempo para atender a los clientes. Esta nueva generación de etiquetas antihurto está concebida para ahorrar costes operativos y acortar el proceso de pago de los clientes.
3. Equilibrio on *line*/*off line*: Los detallistas deben ser conscientes de la importancia de que los sistemas de punto de venta *on line* y los de la tienda física sean idénticos para alcanzar una operativa que reduzca las pérdidas. Aprovechando la tecnología RFID como eje de la visibilidad del inventario, la integración perfecta entre estos sistemas es básica, ya que pueden evitar que los clientes devuelvan artículos en la tienda que fueron enviados incorrectamente o reducir los envíos "supuestamente" no recibidos.
4. Protege tus artículos, pero deja que los prueben con libertad: El robo externo y la delincuencia organizada contra los minoristas (ORC, en sus siglas en inglés), es la mayor fuente de pérdidas para las tiendas, representando actualmente el 34% del total (PlanetRetail RNG, 2018 Sensormatic Global Shrink Index). Este dato refleja la dificultad de los *retailers* a la hora de proteger sus artículos sin dejar de ofrecer una experiencia de compra óptima. Gracias a la innovadora tecnología antihurto acustomagnética (AM) de Sensormatic, comercios de todo el mundo han sido capaces de disuadir y detectar el hurto, permitiendo a sus clientes acceder libremente a las mercancías expuestas, además de cumplir su función de proteger los artículos.

"Las pérdidas en los comercios españoles se multiplican cuando llegan fechas señaladas como el Black Friday, por lo que tener visibilidad y disponibilidad de los artículos en tiempo real puede ser clave para ofrecer procesos de compra personalizados y conseguir una operativa eficaz que reduzca la merma" según Carlos Gómez, director de Ventas Retail de Johnson Controls. "Desde Sensormatic Solutions ofrecemos soluciones que ayudan a los *retailers* a centrar sus esfuerzos en lo que verdaderamente importa, sus clientes".

www.johnsoncontrols.com



lados, en textiles técnicos, en nuevos materiales conseguidos a través de las nanotecnología y en nuevas aplicaciones de los textiles, entre otros.

Para reconocer esta labor de las empresas textiles, AITEX ha convocado segunda convocatoria de los Premios Empresariales 2019, otorgando un total de 30.000 EUR en dos categorías de participación. Se establece para cada modalidad un primer premio dotado con 10.000 EUR y un segundo con 5.000 EUR:

- Premio AITEX Innovación. Se concederá a aquella empresa que haya desarrollado un nuevo producto, servicio o proceso productivo con un alto grado innovador.
- Premio AITEX Sostenibilidad. Se concederá a aquella empresa que haya destacado en la gestión ecoeficiente, producto o proceso que contribuya activamente al desarrollo sostenible y la protección ambiental.

Un jurado compuesto por representantes de máximo nivel del sector textil, institucional y empresarial valorará los proyectos presentados según criterios de propuesta de valor, calidad de la propuesta presentada, innovación y resultados obtenidos, impacto socio económico, impacto ambiental, etc.

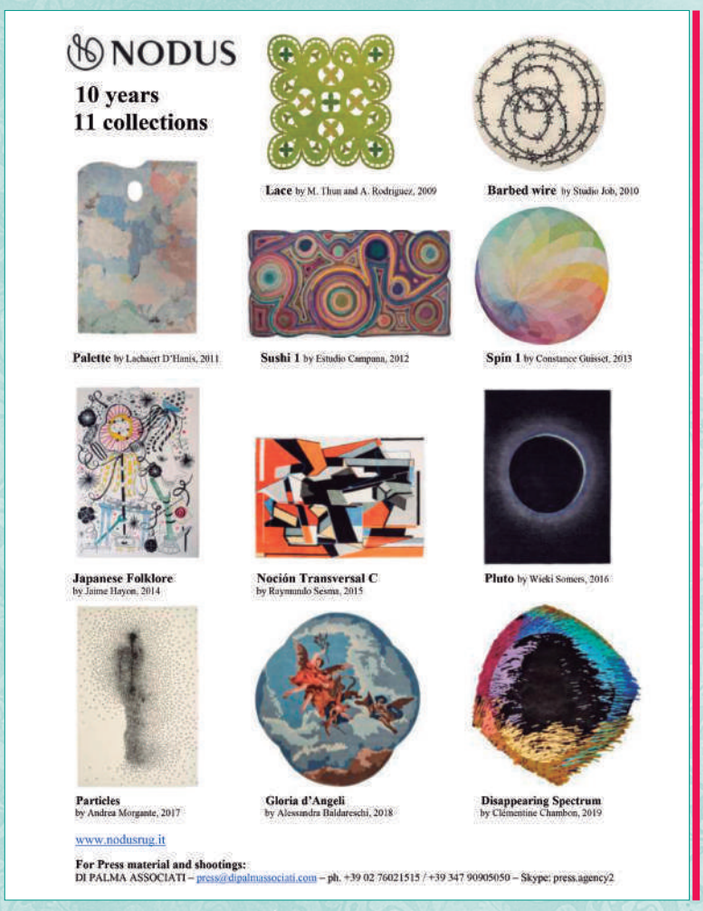
Estos premios se dirigen a cualquier empresa del ámbito textil cuya sede social esté en territorio español. Para presentarse a la convocatoria se precisa llenar la solicitud de inscripción y entregar un resumen ejecutivo donde se describan la propuesta de valor y los objetivos del proyecto, el grado de novedad y los resultados obtenidos, necesidades que cubre y su impacto socioeconómico. Dicho resumen no excederá de 5 páginas. Este año el plazo para la presentación de propuestas finalizaba el 16/12/19, coincidiendo con el cierre de este número de *Textiles para el Hogar*.

https://www.aitex.es/premios-empresariales-aitex-2019

Nodus cumple 10 años: 11 colecciones, 400 alfombras
Nodus turns 10: 11 collections, 400 rugs

Desde 2009, las alfombras Nodus están hechas a mano en talleres de fabricación con certificación ética y son firmadas por diseñadores destacados:
Maarten Baas, Alessandra Baldereschi, i Campana, Marco Carini, Clémentine Chambon, DWA Studio, Faberhama, Färg&Blanche, Laureline Galliot, Xavier Lust, Giuseppe Manzoni, Nendo, Alicja Pałis, Joost Van Bleiswijk y Kiki Van Eijk, para las dos últimas colecciones, y antes también por Jaime Hayon, Nacho Carbonell, Harry&Camila, Hanna Ernsting y Sarah Böttger, Wieki Somers, Andrea Morgante, Francesco Faccin, Massimo Gardone, Marta Laudani con Marco Romanelli, Aldo Bakker, Gianfranco Fenizia, Matteo Thun & Antonio Rodriguez, Sam Baron, Samuele Mazza, Mischer'Traxler, Minale Maeda, Massimo Iosa Ghini, Alberto Artesani, Constance Guisset, Ludovica + Roberto Palomba, Cedric Ragot, Raymundo Sesma, Antonella Negri, Luca Nichetto, Donata Parruccini, D'Hanis Lachaert, Enrico Franzolini, Paolo Cappello, Lanzavecchia+Wai, Serena Confalonieri, Marcantonio, Rosapaki, Lorenzo Palmeri, Giulio Iacchetti, Florian Hauswirth, Odoardo Fioravanti y Paolo Giacomazzi, Emanuel Gallina & Clara Giardina, Veneziano Di Virgilio V+T, Liliana Ovalle, Italo Rota & Alessandro Pedretti, Aoi Huber Kono, Sebastian Herkner, Front Design, Matilde Alessandra, Studio Job, Ineke Hans, Fabio Bortolani, Matali Crasset, Forma Fantasma, Bartoli Design, Diego Vencato, David Elia, Nika Zupank, Matteo Ragni, Lorenzo Damiani, James Irvine, Pietro De Rossi, Ron Gilad, Sebastian Jansson, Francesco Lucchese, Peter Rankin.

www.nodusrug.it



GAN: Backstitch wins once again, now at the Archiproducts Design Awards
Gan. Backstitch gana de nuevo, ahora en los Archiproducts Design Awards

Backstitch won't stop accumulating awards for its creativity and design! Some weeks ago it was announced that the collection had won a Dezeen Award in the Homeware Design category. Now, the new rug line, created by the London-based studio Raw-Edges, has won the highest prize at the international Archiproducts Design Awards within the Decor category. This distinction represents a new recognition of the work of designers Yael Mer and Shay Alkahay, who have developed for GAN a collection of three rugs -available in two colors- that explore the beauty of the hidden, giving prominence to the reverse of traditional embroidery.
In just four editions, the Archiproducts Design Awards have achieved great international prestige among industry professionals. The renowned architecture and design platform thus identifies and celebrates the excellence of design in multiple fields and disciplines, from structures to furniture and decorative objects.
The Backstitch collection is breaking molds. The proposal combines the unlimited creativity and transformative capacity of Raw-Edges with GAN's handmade philosophy. The result is obvious: attractive and unique rugs with a contemporary design that respect the tradition of handmade products.

www.gan-rugs.com

