



WWW.080BARCELONAFASHION.CAT



080

BARCELONA
F A S H I O N

AUTUMN-WINTER

2012 - 2013



Generalitat
de Catalunya





BARCELONA
F A S H I O N
AUTUMN-WINTER
2012 - 2013



Generalitat
de Catalunya

PRESENTACIÓ



Com a Conseller d'Empresa i Ocupació, em satisfan plenament les propostes de moda i els productes finals realitzats per les empreses de Catalunya.

Aquesta edició del 080 Barcelona Fashion dóna visibilitat, per primera vegada, a les propostes dutes a terme no només pels dissenyadors emergents –una mica més consolidats, ja– sinó, també, a les realitzacions d'indústries de la moda de casa nostra que han sabut veure que el disseny és un element prioritari i ho han posat en pràctica en la construcció de les seves col·leccions.

Obrim aquesta novena edició amb un programa dens i intens de propostes de molts nivells; i la clourem amb una lliçó magistral d'un dels grans de la moda contemporània: el senyor Pierre Cardin. És una aposta més per visualitzar la importància que té la formació en tots els camps i, de forma especial i significativa, en el món de la moda: els alumnes de les nostres escoles podran fruit del mestratge del creador.

Us convido a gaudir d'aquest espectacle.

F. Xavier Mena
Conseller d'Empresa i Ocupació
Generalitat de Catalunya



PRESENTACIÓN

En calidad de Consejero de Empresa y Ocupación, me siento muy satisfecho con las propuestas de moda y los productos finales realizados por las empresas de Catalunya.

Esta edición de 080 Barcelona Fashion da visibilidad, por primera vez, a las propuestas llevadas a cabo no sólo por los diseñadores emergentes -cada vez más consolidados- sino también, a las realizaciones de industrias de la moda de nuestro país que han sabido ver que el diseño es un elemento prioritario y lo han puesto en práctica en la creación de sus colecciones.

Abrimos esta novena edición con un programa denso e intenso de propuestas de muchos niveles; y la cerraremos con una lección magistral de uno de los grandes de la moda contemporánea: el señor Pierre Cardin. Es una apuesta más para visualizar la importancia que tiene la formación en todos los campos y, de forma especial y significativa, en el mundo de la moda: los alumnos de nuestras escuelas podrán deleitarse con los conocimientos del creador.

Os invito a disfrutar de este espectáculo.

F. Xavier Mena
Consejero de Empresa y Ocupación
Generalitat de Catalunya



PRESENTATION

As Minister of Enterprise and Labour, I am extremely pleased with the fashion proposals and final products created by Catalan companies.

This edition of 080 Barcelona Fashion shows, for the first time, not only new proposals from emerging designers - who are more established every time, but also offerings from the Catalan Fashion Industry where design features as the priority element in creating their collections.

This ninth edition opens with a dense and intense program of multi-tiered proposals, and it will conclude with a master class by one of the greatest contemporary fashion designers, Pierre Cardin. This is one more way to emphasize the importance of training in all fields, especially in the fashion world. The students of our fashion schools will be able to appreciate the skills and talent of this designer.

I welcome you to enjoy this event.

F. Xavier Mena
Minister of Enterprise and Labour
Government of Catalonia



PRESENTACIÓ



Aquest catàleg del 080 que arriba a les vostres mans, és la síntesi de tot allò que, al llarg de 4 dies, es desenvoluparà en les dependències majestuoses del Tinell i de la capella de Santa Àgata, és a dir, en ple marc del Palau Reial Major, el conjunt d'edificis destinats a residència reial a Barcelona. El Palau fou inicialment la residència dels comtes, que el situaren damunt la muralla romana. Tot i que la gran sala del Tinell, o dels Paraments, té encara finestres que daten del segle XI, fou en el segle XIV quan adoptà la seva actual disposició per iniciativa de Pere III, esdevenint la sala de corts, banquets i solemnitats. La capella reial de Santa Àgata està situada damunt mateix de la muralla i fou construïda per Jaume II al començament del segle XIV.

Hem volgut emmarcar aquesta novena edició del 080 en un recinte que evoca el passat gloriós de Catalunya com una de les més grans nacions lliures del món. Actualment, el Palau Reial Major forma part de l'extraordinària oferta cultural de la ciutat de Barcelona. Portar el 080 al Tinell i a la Capella de Santa Àgata ens permet presentar aquesta edició en un espai arquitectònic de gran bellesa i ple d'història. Un recinte que potencia l'atractiu de l'esdeveniment que podreu gaudir al llarg d'aquests quatre dies.

El 080 pretén projectar Catalunya i la seva capital, Barcelona, com a referents en el camp de la moda. És un esdeveniment en el qual es visualitzen la creativitat, el disseny i la innovació com a factors d'aportació artística i cultural i, al mateix temps, com a motors d'una important activitat econòmica que hi està vinculada, amb capacitat de generar ocupació, que el Govern de la Generalitat vol incrementar fins al màxim del seu potencial.

Volem que el ressò del 080 serveixi per presentar Catalunya com a nació mil·lenària. Volem que serveixi per potenciar un dels recursos culturals més bells de la ciutat de Barcelona, cap i casal del nostre país. Però, sobretot, volem enllaçar el passat amb el present i el futur. Volem que es visualitzi que a Catalunya hi ha moltes persones en el sector de la moda que ofereixen un alt nivell de qualitat, que fan coses magnífiques, que tenen iniciatives, i que, amb aquestes iniciatives, pretenen anar més enllà de les nostres fronteres. En aquesta edició podrem veure que hi ha una munió de persones que inventa, treballa, imagina, crea, i que, tot plegat, produeix riquesa i treball.

El 080 és l'aparador que mostra al món la feina ben feta de tota aquesta gent del nostre país. En aquesta edició coincidiran, sumant esforços, el talent emergent i els nous creadors amb les empreses capdavanteres del nostre país. Estic convençut que us plaurà el que hi veureu i espero retrobar-vos el proper mes de juliol, quan celebrarem la desena edició del 080 Barcelona Fashion.

Josep Maria Recasens
Director General de Comerç
Generalitat de Catalunya



PRESENTACIÓN

Este catálogo del 080 que llega a vuestras manos, es la síntesis de todo aquello que, a lo largo de cuatro días, se desarrollará en la dependencias majestuosas del Tinell y de la Capilla de Santa Àgata, es decir, en pleno marco del Palau Reial Major, el conjunto de edificios destinados a residencia real en Barcelona.

El Palau fue inicialmente la residencia de los condes, que lo situaron sobre la muralla romana. A pesar de que la gran sala del Tinell, o dels Paraments, tiene aún ventanas que datan del siglo XI, fue en el siglo XIV cuando adopta su actual disposición por iniciativa de Pere III, pasando a ser sala de cortes, banquetes y solemnidades. La capilla real de Santa Àgata está situada encima mismo de la muralla y fue construida por Jaume II a principios del siglo XIV.

Hemos querido enmarcar esta novena edición del 080 en un recinto que evoca el pasado glorioso de Catalunya como una de las más grandes naciones libres del mundo. Actualmente, el Palau Reial Major forma parte de la extraordinaria oferta cultural de la ciudad de Barcelona. Llevar el 080 al Tinell y a la Capella de Santa Àgata nos permite presentar esta edición en un espacio arquitectónico de gran belleza y lleno de historia. Un recinto que potencia el atractivo del acontecimiento que podréis disfrutar a lo largo de estos cuatro días.

El 080 pretende proyectar Catalunya y su capital, Barcelona, como referente en el sector de la moda. Es un acontecimiento en el cual se visualizan la creatividad, el diseño y la innovación como factores de aportación artística y cultural y, al mismo tiempo, como motores de una importante actividad económica vinculada a ellas, con capacidad de generar ocupación, que el Govern de la Generalitat quiere incrementar hasta el máximo de su potencial.

Queremos que el eco del 080 sirva para presentar Catalunya como nación milenaria. Queremos que sirva para potenciar uno de los recursos más bellos de la ciudad de Barcelona, emblema de nuestro país. Pero, sobre todo, queremos enlazar el pasado con el presente y el futuro. Queremos que se visualice que en Catalunya hay muchas personas en el sector de la moda que ofrecen un alto nivel de calidad, que hacen cosas magníficas, que tienen iniciativas, y que, con estas iniciativas, pretenden ir más allá de nuestra fronteras. En esta edición podremos ver que hay una multitud de personas que inventa, trabaja, imagina, crea y que, en definitiva, produce riqueza y trabajo. El 080 es el escaparate que muestra al mundo el trabajo bien hecho de toda esta gente de nuestro país. En esta edición coincidirán, sumando esfuerzos, el talento emergente y los nuevos creadores con las empresas líderes de nuestro país.

Estoy convencido que os gustará lo que veréis y espero reencontraros el próximo mes de Julio, cuando celebraremos la décima edición del 080 Barcelona Fashion.

Josep Maria Recasens
Director General de Comercio
Generalitat de Catalunya



PRESENTATION

The 080 catalogue that you are about to read is the synthesis of all the activities that will be held, over 4 days, in the majestic rooms of el Tinell and the chapel of Santa Àgata, in other words, in the Palau Reial Major, a complex which is used as a royal residence in Barcelona.

The palace was originally the residence of the count, who built it on the Roman walls. Although the great hall of el Tinell, which is known as els Paraments, has still windows dating from the eleventh century, it was in the fourteenth century when it adopted its current layout at the initiative of Peter III and it became the room for the court and for receptions and formalities. The Royal Chapel of Santa Àgata is located just above the wall and it was built by James II in the early fourteenth century.

We wanted to form the backdrop to the 080's ninth edition in an area that evoked the glorious past of Catalonia as one of the largest free nations of the world. Nowadays, the Palau Reial Major is part of the extraordinary range of cultural events and facilities offered by the city of Barcelona. Bringing the 080 Fashion week to el Tinell and the Chapel of Santa Àgata, has given us the chance to present this edition in an architectural complex of great beauty and historical significance, a site which enhances the charm of the event that you are invited to enjoy during these four days.

The 080 fashion week aims to launch Catalonia and its capital, Barcelona, as leaders in the fashion field. It is an event that displays creativity, design and innovation as factors of cultural and artistic contribution, as well as, an important engine for the economic activity that is related to it, with the capacity to generate employment, which the Government wants to increase up to its maximum potential.

We want that the impact of the 080 fashion week result in introducing Catalonia as a thousand-year-old nation. We want it to be the occasion to promote one of the most beautiful cultural resources of the city, capital of our country. Over and above all, we want to link the past to the present and the future. We want to show that in Catalonia there are many people in the fashion sector who offer a top-quality product, who make wonderful things, who have initiatives and these initiatives are meant to go beyond our borders. Throughout this edition, we will witness that there are a dozens of people who invent, work, imagine, create, and that, all together, it produces wealth and jobs. The 080 is the window that shows the world the excellent work of these people of our country. In this edition, both the emerging talent and new artists with leading businesses in our country will be working side by side.

I am sure that you will enjoy what you see and I hope to see you again in July, during the tenth edition of the 080 Barcelona Fashion.

Josep Maria Recasens
Director General of Trade
Government of Catalonia



EL CONCEPTE DEL 080 BARCELONA FASHION

Els objectius del 080 Barcelona Fashion, són els de convertir Barcelona i Catalunya en el referent de creativitat, innovació, generació i projecció del disseny en el sector de la moda, en el sentit més ampli de la paraula.

Catalunya i la ciutat de Barcelona tenen des de fa segles, una llarga tradició dins del món tèxtil i la realitat actual ens permet parlar d'una consolidació del disseny amb un segell diferenciador, en els diferents àmbits de la moda, com són la producció, distribució i venda dels productes, així com la promoció.

Aquesta és l'aposta del nou govern de la Generalitat de Catalunya, un govern que creu en les empreses i en facilitar-les una plataforma de projecció internacional.

La moda, com bé sabem, és cultura i es viu intensament en la ciutat de Barcelona.

És, per aquest motiu, que en aquesta edició s'ha volgut donar un dels millors marcs que pot oferir la ciutat. En el cor del barri gòtic, en el Palau Reial Major, és on tindrà lloc l'explosió de creativitat i noves tendències ofertes al món sencer.

Un conjunt de cinc edificis majestuosos acolliran als dissenyadors i les seves propostes i, permetrà visualitzar les noves tendències i, així gaudir de quatre dies, durant els quals la ciutat de Barcelona viurà, de nou, la moda amb la màxima intensitat.



EL CONCEPTO DEL 080 BARCELONA FASHION

Los objetivos del 080 Barcelona Fashion son convertir Barcelona y Catalunya en el referente de creatividad, innovación, generación y proyección del diseño en el sector de la moda, en el sentido más amplio de la palabra.

Catalunya y la ciudad de Barcelona tienen desde hace siglos una larga tradición en el mundo textil y la realidad actual nos permite hablar de una consolidación del diseño con un sello diferenciador, en los diferentes ámbitos de la moda, como son la producción, distribución y venta de los productos, así como la promoción.

Esta es la apuesta del nuevo gobierno de la Generalitat de Catalunya, un gobierno que cree en las empresas y en facilitarles una plataforma de proyección internacional.

La moda, como bien sabemos, es cultura y se vive intensamente en la ciudad de Barcelona.

Es por este motivo, que en esta edición se ha querido ofrecer uno de los mejores marcos que puede ofrecer la ciudad. En el corazón del barrio gótico, en el Palau Reial Major, es donde tendrá lugar la explosión de creatividad y nuevas tendencias ofrecidas al mundo entero.

Un conjunto de cinco edificios majestuosos acogerán a los diseñadores y sus propuestas y, permitirá visualizar las nuevas tendencias y, así disfrutar de cuatro días, durante los cuales la ciudad de Barcelona vivirá, de nuevo, la moda con la máxima intensidad.



THE 080 BARCELONA FASHION CONCEPT

080 Barcelona Fashion aims to turn Barcelona and Catalonia into a benchmark for creativity, innovation and both design generation and projection in the fashion industry, in the broadest sense of the word.

Catalonia and the city of Barcelona have a long tradition in the textile industry for centuries, and the current situation allows us to talk about a consolidation of the design with a distinctive sign, in various fashion areas, such as production, distribution, sales, as well as their promotion.

This is the commitment of the new government of the Generalitat de Catalunya, a government that believes in companies and provides them a platform to achieve international projection.

Fashion, as it is widely known, is about culture and lives intensely in the city of Barcelona.

It is for this reason that this year we wanted to provide the best frames that the city can offer. Such explosion of creativity and new trends offered worldwide will be held at the heart of the Gòtic neighbourhood, in the Palau Reial Major.

A set of five stately buildings will host designers and their proposals, and will allow us to visualize the new trends, for four days. Once again the city will live fashion with the utmost intensity.



ÍNDEX / ÍNDICE / INDEX

13 Programa / Programa / Program

19 Ecos de la història / Ecos de la historia / Echoes of History

25 Dissenyadors i marques / Diseñadores y marcas / Designers & Branding

26 ALEXIS REYNA

28 BRAIN&BEAST

30 CELIA VELA

32 DER METROPOL

34 JOSEP ABRIL

36 JUAN PEDRO LOPEZ

38 JUSTICIA RUANO

40 KARLOTALASPALAS

42 KRIZIA ROBUSTELLA

44 LUIS MANTEIGA

46 MANUEL BOLAÑO

48 MARTINEZ LIERAH

50 MIRIAM PONSÀ

52 MONTSE LIARTE

54 SCHIPPER / ARQUES

56 SOLOLAVERDADESSEXY

58 TONI FRANCESC

60 WHO

62 YIORGOS
ELEFThERIADES

66 DESIGUAL

68 MANGO

70 TCN

73 080 360° BARCELONA
FASHION BRANDS

ALDOMARTINS

ESCORPION

GUASCH

MESSCALINO

NAUOVER

PUNTO BLANCO

YERSE

91 PIERRE CARDIN

DESFILADA DE CLOENDA /

DESFILE DE CLAUSURA / CLOSING SHOW

95 Marxandatge / Merchandising / Merchandising

99 Patrocinadors / Patrocinadores / Sponsors

PROGRAMA / PROGRAMA / PROGRAM

DESFILADES / DESFILES / FASHION SHOWS

25 / 01 / 2012

Horari Village 14'00 - 21'30 hores

17,00h

TCN

[Dona / Mujer / Woman](#)

18,00h

JOSEP ABRIL

[Home / Hombre / Man](#)

19,00h

CELIA VELA

[Dona / Mujer / Woman](#)

19,30h

KARLOTALASPALAS

[Home / Hombre / Man](#)

Instal·lació / Performance

20,00h

MONTSE LIARTE

[Dona / Mujer / Woman](#)

21,00h

ALEXIS REYNA

[Dona / Mujer / Woman](#)



26 / 01 / 2012

Horari Village 10'30 - 21'30 hores

11,00h

JUSTICIA RUANO

[Dona / Mujer / Woman](#)

12,00h

BRAIN&BEAST

[Home / Hombre / Man](#)

[Dona / Mujer / Woman](#)

13,00h

MIRIAM PONSÀ

[Dona / Mujer / Woman](#)

16,00h

SOLOLAVERDADESSEXY

[Dona / Mujer / Woman](#)

17,00h

JUAN PEDRO LOPEZ

[Dona / Mujer / Woman](#)

18,00h

WHO

[Dona / Mujer / Woman](#)

19,00h

DER METROPOL

[Home / Hombre / Man](#)

20,30h

MANGO

[Home / Hombre / Man](#)

[Dona / Mujer / Woman](#)



27 / 01 / 2012

Horari Village 10'30 - 21'30 hores

10,00h

SCHIPPER/ARQUES

[Dona / Mujer / Woman](#)

Instal·lació / Performance

11,00h

LUIS MANTEIGA

[Home / Hombre / Man](#)

[Dona / Mujer / Woman](#)

12,00h

**YIORGOS
ELEFThERIADES**

[Home / Hombre / Man](#)

[Dona / Mujer / Woman](#)

13,00h

MARTINEZ LIERAH

[Dona / Mujer / Woman](#)

15,30h

TONI FRANCESC

[Dona / Mujer / Woman](#)

16,30h

KRIZIA ROBUSTELLA

[Home / Hombre / Man](#)

[Dona / Mujer / Woman](#)

17,30h

MANUEL BOLAÑO

[Dona / Mujer / Woman](#)

18,30h

DESIGUAL

[Home / Hombre / Man](#)

[Dona / Mujer / Woman](#)

Nen / Niño / Kid

Accesoris / Accesorios / Accesories



28 / 01 / 2012

Horari Village 09'30 - 15'00 hores

10,30h

080 360°Barcelona Fashion Brands

ESCORPION

PUNTO BLANCO

MESSCALINO

NAULOVER



11,30h

080 360°Barcelona Fashion Brands

YERSE

GUASCH

ALDOMARTINS

13,00h

PIERRE CARDIN

[Home / Hombre / Man](#)

[Dona / Mujer / Woman](#)

32 EDICIÓ ModaFAD / 32 EDICIÓN ModaFAD 32 ModaFAD EDITION

24 / 01 / 2012

21,30h

Lloc / Lugar / Place: Fàbrica Moritz Barcelona (FMB). Ronda de Sant Antoni, 39-41

"APOCALIPSI"

www.modafad.org
Facebook: ModaFAD Barcelona
Contacte: modafad@modafad.org/
tatiana@modafad.org
Prensa: premsa@fad.cat
Tel.: 93 443 75 20

MORITZ WALDEMEYER
Performance lumínica amb
ballarins/artistes d'arts marciais
ModaFAD with WINERS & MORITZ
FASHION SHOW
Alejandra Anglada
Arnau P. Bosch

ModaFAD AMB MORITZ & MORITZ
ModaFAD comptarà amb la
presència de Moritz Waldemeyer
per realitzar una performance
lumínica amb ballarins/artistes
d'arts marciais, que se celebrarà
a la Fàbrica Moritz Barcelona, un
espai recentment rehabilitat per
Jean Nouvel.
Moritz Waldemeyer és un dels
enginyers mecànics i dissenyadors
més innovadors i sorprenents del
moment. Waldemeyer ha treballat
amb els millors arquitectes i
dissenyadors de moda(Hussein
Chalayan), així com amb artistes
internacionals com Bono (U2).
La performance tindrà lloc en
el marc de la pròxima desfilada
de ModaFAD, durant la propera
Barcelona Fashion Week,
amb l'objectiu de donar més
visibilitat a la feina dels dos joves
dissenyadors que han guanyat
l'última edició de ModaFAD,
Alejandra Anglada i Arnau P. Bosch.



"APOCALIPSI"

www.modafad.org
Facebook: ModaFAD Barcelona
Contacto: modafad@modafad.org/
tatiana@modafad.org
Prensa: premsa@fad.cat
T 93 443 75 20

MORITZ WALDEMEYER
Performance Lumínica con
bailarines /artistas de artes
marciales
ModaFAD with WINERS & MORITZ
FASHION SHOW
Alejandra Anglada
Arnau P. Bosch

ModaFAD with MORITZ & MORITZ
ModaFAD contará con la presencia
de Moritz Waldemeyer para realizar
una "performance lumínica"
con bailarines/artistas de artes
marciales, que se celebrará en la
Fábrica Moritz Barcelona, espacio
recientemente rehabilitado por Jean
Nouvel.
Moritz Waldemeyer es uno de los
ingenieros mecánicos y diseñadores
más innovadores y sorprendentes
del momento. Waldemeyer
ha trabajado con los mejores
arquitectos y diseñadores de
moda(Hussein Chalayan) así como
con artistas internacionales como
Bono (U2).
La performance se realizará en
el marco del próximo desfile de
ModaFAD, durante la próxima
Barcelona Fashion Week , con
el objetivo de dar más visibilidad
al trabajo de los dos jóvenes
diseñadores que han ganado
la última edición de ModaFAD,
Alejandra Anglada y Arnau P. Bosch.



"APOCALIPSI"

www.modafad.org
Facebook: ModaFAD Barcelona
Contact: modafad@modafad.org/
tatiana@modafad.org
Prensa: premsa@fad.cat
T 93 443 75 20

MORITZ WALDEMEYER
*Light performance with dancers /
martial artists*
ModaFAD with WINERS & MORITZ
FASHION SHOW
Alejandra Anglada
Arnau P. Bosch

ModaFAD with MORITZ&MORITZ
ModaFAD will rely on Moritz
Waldemeyer to stage a "light
performance" with dancers / martial
artists, which will take place at the
Factory Moritz Barcelona, space
recently rehabilitated by Jean
Nouvel.
Moritz Waldemeyer is one of the
more innovative and surprising
mechanical engineers and designers
of the moment. Waldemeyer has
worked with the best architects
and fashion designers (Hussein
Chalayan), as well as with
international artists as Bono (U2).
The performance will take place in
the next ModaFAD's parade, during
the next Barcelona Fashion Week.
Its aim is to promote the work of
Alejandra Anglada and Arnau P.
Bosch, the young designers winners
of the last ModaFAD edition.



TCN FRONT ROW LUNCH

25 / 01 / 2012

14,00h

Cal tenir invitació / Se necesita invitación / By invitation only



FUN PARTY by DESIGUAL

27 / 01 / 2012

20,30h

Cal tenir invitació / Se necesita invitación / By invitation only



080 FASHION NAILS

31 / 01 / 2012

19,30h

Lloc / Lugar / Place: KR STORE BACKYARD C/ Montsió 6 bis 08002 Barcelona

Coincidint amb la setmana de la moda de Barcelona, KR Store Backyard torna a col·laborar amb 080 Barcelona Fashion creant un esdeveniment que compta amb la participació dels dissenyadors, que presentaran les seves col·leccions a la passarel·la i la make up artist Laia Rubiano.

Esmalts de colors, aplicacions, pedreria, purpurina... així és com la make up artist Laia Rubiano representarà, cadascuna de les col·leccions del 080 Barcelona Fashion, en diverses sèries d'ungles. Una exposició de "Nail Art", una nova tendència en "manicure", que promet ser un "must" les properes temporades



Coincidiendo con la semana de la moda de Barcelona, KR Store Backyard vuelve a colaborar con 080 Barcelona Fashion creando un evento que cuenta con la participación de los diseñadores, que presentarán sus colecciones en la pasarela, y la make up artist Laia Rubiano.

Esmaltes de colores, aplicaciones, pedrería, purpurina... así es como la make up artist Laia Rubiano representará, cada una de las colecciones de la 080 Barcelona Fashion, en varias series de uñas. Una exposición de "Nail Art", una nueva tendencia en "manicure", que promete ser un "must" las próximas temporadas.



Coinciding with the fashion week in Barcelona, KR Store Backyard collaborates with 080 Barcelona Fashion by creating an event which counts on the participation of designers who are going to show their own collections on the catwalk, and the make up artist Laia Rubiano.

Colored glazes, applications, rhinestones, glitter ... this is how the make up artist Laia Rubiano is going to represent every collection of the 080 Barcelona Fashion in several sets of nails. An exhibition of "Nail Art", a new trend in manicure which is going to be for sure a "must" the upcoming seasons.



FESTA HEINEKEN 080 BARCELONA FASHION FIESTA HEINEKEN 080 BARCELONA FASHION HEINEKEN 080 BARCELONA FASHION PARTY

28 / 01 / 2012

23,30h

Lloc / Lugar / Place: OPIUM MAR. Passeig de la Barceloneta, 34. Barcelona



TALLERS YO DONA / TALLERES YO DONA YO DONA WORKSHOPS

26 / 01 / 2012

11,15h

Lloc / Lugar / Place: Capella de Santa Àgata

Taller de maquillatge by
Yo Dona - MAC



Taller de maquillaje by
Yo Dona - MAC



Makeup workshop by
Yo Dona - MAC



26 / 01 / 2012

12,30h

Lloc / Lugar / Place: Capella de Santa Àgata

Taller de perruqueria by
Yo Dona - Redken



Taller de peluquería by
Yo Dona - Redken



Hairdresser workshop by
Yo Dona - Redken



TAULA RODONA YO DONA / MESA REDONDA YO DONA ROUNDTABLE YO DONA

27 / 01 / 2012

12,30h

Lloc / Lugar / Place: Capella de Santa Àgata

“Moda, luxe i sostenibilitat. Noves tendències de consum”.

El canvi de segle ha estat testimoni de l'evolució d'alguns mots històrics en el món de la moda com el luxe i l'aparició d'altres com els de sostenibilitat. La taula rodona és una invitació a reflexionar sobre el paper del consum i el consumidor com a elements transformadors a través d'experts en els diferents àmbits.



“Moda, lujo y sostenibilidad. Nuevas tendencias de consumo”.

El cambio de siglo ha sido testigo de la evolución de algunos términos históricos en el mundo de la moda como el lujo y la aparición de otros como los de sostenibilidad. La mesa redonda es una invitación a reflexionar sobre el papel del consumo y el consumidor como elementos transformadores a través de expertos en los diferentes ámbitos.



“Fashion, luxury and sustainability. New consumption trends”.

The turn of the century has witnessed the evolution of some fashion historic terms such as luxury and the appearance of other terms related to sustainability. The roundtable invites to think about the transforming role of consumption and consumers, through experts on different fields.



MASTER CLASS PIERRE CARDIN

28 / 01 / 2012

14,00h

Lloc / Lugar / Place: Capella de Santa Àgata

La millora constant en formació resulta clau per al sector de la moda, ja que afavoreix a afloiar tot el talent amb què compta el país i a l'hora que el potencia per fer de Catalunya i els seus professionals una referència a nivell internacional.

La Generalitat de Catalunya vol que un esdeveniment com el 080 Barcelona Fashion permeti aportar un plus de formació als alumnes de les escoles especialitzades de Catalunya.

Aprofitant la seva presència a Barcelona en el marc del 080 Barcelona Fashion i el seu gran mestratge i bagatge en el món de la moda, Pierre Cardin oferirà per primer cop a Barcelona una master class dirigida a alumnes seleccionats de les escoles de disseny i moda de Catalunya.

Pierre Cardin és per excel·lència el dissenyador més visionari, empresari exemplar i productor cultural del segle XX. La seva trajectòria és extensa. El 1945, ja a París, treballa amb Paquin, Schiaparelli i Christian Dior i, a partir del 1953, ja presenta col·leccions perfectament tallades, associant creativitat, atreviment i sentit del detall.

En aquesta edició participaran en aquesta master class alumnes de les següents escoles de disseny i moda de Catalunya.

- IDEP, Institut Superior de Disseny i Escola de la Imatge
- Escola Superior de Disseny i Moda de Barcelona Felicidad Duce
- ESDI, Escola Superior de Disseny
- ICM, Institut Català de la Moda
- LLOTJA, Escola Superior de Disseny i Art
- IED, Istituto Europeo di Design
- Escola de la Dona

La constante mejora en formación resulta clave para el sector de la moda, ya que ayuda a florecer todo el talento con el que cuenta el país y potenciarlo para hacer de Cataluña y sus profesionales una referencia a nivel internacional.

La Generalitat de Catalunya quiere que un acontecimiento como 080 Barcelona Fashion permita aportar un plus de formación a los alumnos de las escuelas especializadas de Cataluña.

Aprovechando su presencia en Barcelona en el marco de 080 Barcelona Fashion y su gran maestría y bagaje en el mundo de la moda, Pierre Cardin ofrecerá por primera vez en Barcelona una master class dirigida a alumnos seleccionados de las escuelas de diseño y moda de Cataluña.

Pierre Cardin es por excelencia el diseñador más visionario, empresario ejemplar y productor cultural del siglo XX. Su trayectoria es extensa. En 1945, ya en París, trabaja con Paquin, Schiaparelli y Christian Dior y a partir de 1953, ya presenta colecciones perfectamente cortadas, asociando creatividad, osadía y sentido del detalle.

En esta edición participarán en esta master class alumnos de las siguientes escuelas de diseño y moda de Cataluña:

- IDEP, Institut Superior de Disseny i Escola de la Imatge
- Escola Superior de Disseny i Moda de Barcelona Felicidad Duce
- ESDI, Escola Superior de Disseny
- ICM, Institut Català de la Moda
- LLOTJA, Escola Superior de Disseny i Art
- IED, Istituto Europeo di Design
- Escola de la Dona



The continuous improvement in training is the key in fashion, because it aids to arise and reinforce the Catalan talent, to turn this country and its fashion professionals into an international referers.

The Generalitat de Catalunya wants that 080 Barcelona Fashion event contributes a training added value to the students of the specialized schools of Catalonia.

Taking advanced of its presence in Barcelona as part of 080 Barcelona Fashion and its great expertise and background in fashion, Pierre Cardin will give, for the first time, a master class focussed to the selected students from design and fashion schools in Catalonia.

Pierre Cardin is the most visionary designer, exemplary businessman and cultural producer of 21st century. He has an extensive career. In 1945, already in Paris, he worked with Paquin, Schiaparelli and Christian Dior; from 1953 he already presented well-cut collections, associating creativity, presumption and sense of the detail.

In this edition, the participants in the master class will be students of following schools of design and fashion in Catalonia:

- IDEP, Institut Superior de Disseny i Escola de la Imatge.
- Escola Superior de Disseny i Moda de Barcelona Felicidad Duce.
- ESDI, Escola Superior de Disseny.
- ICM, Institut Català de la Moda.
- LLOTJA, Escola Superior de Disseny i Art.
- IED, Istituto Europeo di Design.
- Escola de la Dona.



080 T-SHIRT CONTEST

25-26-27 / 01 / 2012

Tot el dia / Todo el día / All day

Lloc / Lugar / Place: Plaça del Rei

Per primera vegada 080 Barcelona Fashion conjuntament amb les escoles de disseny de moda de Catalunya, organitza el 080 T-Shirt Contest, un concurs que encetem en aquesta edició i que nodrirà d'ara en endavant el 080 Barcelona Fashion dels seus propis productes de marxandatge. En aquesta primera edició, es selecciona la samarreta 080 Barcelona Fashion, que es posarà a la venda en la propera edició del 080 Barcelona Fashion, el mes de Juliol.

En aquesta edició hi participaran alumnes i ex-alumnes de les següents escoles de moda a Catalunya:

- IDEP, Institut Superior de Disseny i Escola de la Imatge
- Escola Superior de Disseny i Moda de Barcelona Felicidad Duce
- ESDI, Escola Superior de Disseny
- ICM, Institut Català de la Moda
- LLOTJA, Escola Superior de Disseny i Art
- IED, Istituto Europeo di Design
- Escola de la Dona



Por primera vez 080 Barcelona Fashion, junto con las escuelas de diseño de moda de Cataluña, organiza el 080 T-Shirt Contest, un concurso que empezamos en esta edición y que proporcionará de ahora en adelante el 080 Barcelona Fashion de sus propios productos de comercialización. En esta primera edición, se selecciona la camiseta 080 Barcelona Fashion, que se pondrá a la venta en la próxima edición del 080 Barcelona Fashion, el mes de Julio.

En esta edición participan alumnos y ex-alumnos de las siguientes escuelas de moda en Cataluña:

- IDEP, Institut Superior de Disseny i Escola de la Imatge.
- Escola Superior de Disseny i Moda de Barcelona Felicidad Duce
- ESDI, Escola Superior de Disseny.
- ICM, Institut Català de la Moda
- LLOTJA, Escola Superior de Disseny i Art
- IED, Istituto Europeo di Design
- Escola de la Dona



It's the first time 080 Barcelona Fashion, together with fashion design schools in Catalonia, has organized the 080 T-Shirt Contest, a competition that begins this year and will provide from now on 080 Barcelona Fashion's own merchandising products. In this first edition, 080 Barcelona Fashion's t-shirt will be selected and will be on sale in the next edition of 080 Barcelona Fashion that will take in July 2012.

In this first edition will participate students and alumni from the following fashion schools settled in Catalonia:

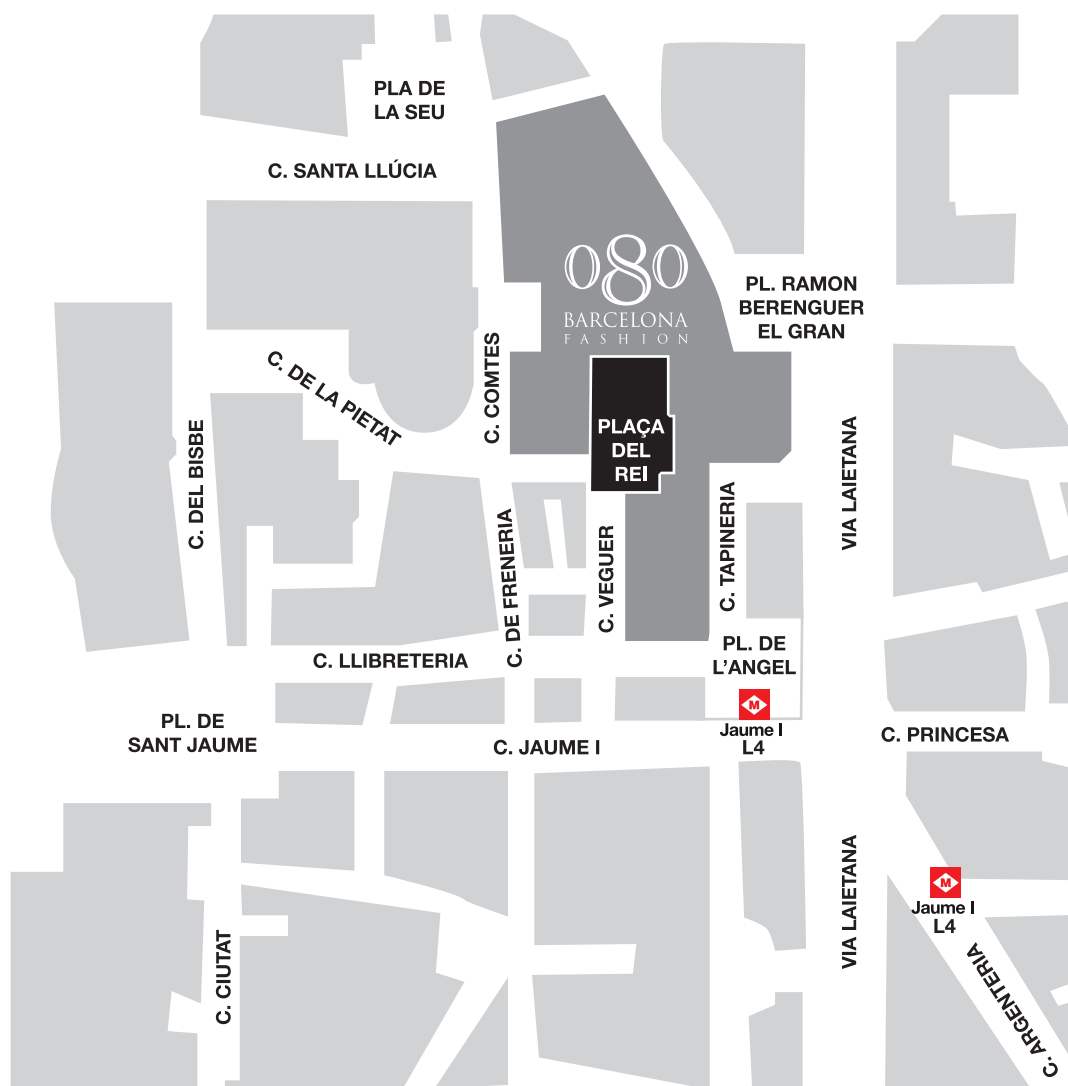
- IDEP, Institut Superior de Disseny i Escola de la Imatge.
- Escola Superior de Disseny i Moda de Barcelona Felicidad Duce.
- ESDI, Escola Superior de Disseny.
- ICM, Institut Català de la Moda.
- LLOTJA, Escola Superior de Disseny i Art.
- IED, Istituto Europeo di Design.
- Escola de la Dona.





ECOS DE LA HISTÒRIA
ECOS DE LA HISTORIA
ECHOES OF HISTORY







Saló del Tinell, Museu d'Història de la ciutat (Fotografia Pere Vivas)

EL 080 BARCELONA FASHION I ELS ECOS DE LA HISTÒRIA

Què diria el rei Pere el Cerimoniós, que va fer construir el saló del Tinell l'any 1359, si hagués pogut imaginar-hi les desfilades del 080 Barcelona Fashion? És una pregunta anacrònica, no tant per la natura de l'acte –un encontre social amb codis molt diferents dels medievals– com pel que significa de promoció de l'economia i de les arts. La pregunta és, en canvi, ben pertinent si reflexionem sobre el nostre temps, sobre el desig mateix de presentar la innovació en el vestir en un dels espais més imponents del gòtic català.

El vestit ha estat sempre una manera de distingir-se, aquest és un fet universal. Com també ho és que les formes de vestir-se són un eco de la història d'una ciutat i d'un país. Passejeu-vos pel MUHBA (Museu d'Història de Barcelona) i acosteu-vos al Museu d'Arqueologia de Catalunya: en escultures, pintures i mosaics hi trobareu la indumentària en temps dels romans. Atanseu-vos després al MNAC (Museu Nacional d'Art de Catalunya), on la millor col·lecció de pintura romànica del món mostra un bon repertori de vestits medievals, que s'amplia després en els retaules gòtics, o dediqueu uns minuts al retaule pintat l'any 1464 per Jaume Huguet, a la capella reial de Santa Àgata, vora el Tinell. Si us interesseu pel vestir en temps moderns, no us penedireu d'anar al Museu Tèxtil i d'Indumentària (Disseny Hub Barcelona) i de fer una escapada al Museu de l'Estampació de Premià de Mar.

Tornem, però, als impossibles pensaments del rei Pere. El que de ben segur no hagués pogut intuir el monarca és que les desfilades d'aquests dies són l'expressió d'una economia que teixeix vincles ben més enllà de la Mediterrània, que ell va contribuir a incorporar als seus regnes. Barcelona ha tingut un paper capdavanter tant en la revolució mercantil medieval com en la revolució industrial moderna, i en aquesta última la moda hi jugà un paper fonamental des de les manufactures del segle XVIII.

Per això us convidem a tornar al saló del Tinell a finals de primavera, quan l'exposició Indianes. Els orígens de la Barcelona industrial, 1736-1847, organitzada pel MUHBA, mostrarà les duradores repercussions del naixement de la moda gràcies a l'abaratiment i la difusió social dels nous teixits de cotó i lli estampats. La manufactura d'indianes, d'aquelles teles acolorides que al principi havien arribat d'Orient, va fer de Barcelona un dels epicentres productius del continent al segle XVIII i va contribuir decisivament a fonamentar la indústria mecanitzada del segle XIX. Barcelona es va convertir en la major metròpoli industrial de l'Europa Mediterrània i en impulsora de la renaixença de Catalunya com a nació moderna, amb episodis tan creatius com la invenció d'una nova capital, amb l'Eixample enginyat per Ildefons Cerdà, i les formes arquitectòniques del modernisme i d'Antoni Gaudí.

Sigueu, doncs, benvinguts en nom de l'alcalde de Barcelona, Sr. Xavier Trias, del tinent d'alcalde de Cultura, Coneixement, Creativitat i Innovació, Sr. Jaume Ciurana, i de tot l'equip del Museu.

Joan Roca i Albert
Director del MUHBA



EL 080 BARCELONA FASHION Y LOS ECOS DE LA HISTORIA

¿Qué habría dicho el rey Pedro el Ceremonioso, que hizo construir el salón del Tinell en 1359, si hubiese podido imaginar allí los desfiles del 080 Barcelona Fashion? Se trata de una pregunta anacrónica, no tanto por la naturaleza del acto -un encuentro social con códigos muy distintos de los medievales- como por lo que este supone para la promoción de la economía y de las artes. La pregunta resulta, en cambio, muy pertinente si reflexionamos sobre nuestro tiempo, sobre el deseo mismo de presentar la innovación en el vestir en uno de los espacios más imponentes del gótico catalán.

El vestido ha sido siempre una forma de distinguirse, este es un hecho universal. Como lo es también que la manera de vestir es un eco de la historia de una ciudad y de un país. Paseen por el MUHBA (Museu d'Història de Barcelona) y vayan al Museu d'Arqueologia de Catalunya: en las esculturas y pinturas y en los mosaicos encontrarán la indumentaria en tiempos de los romanos. Acudan luego al MNAC (Museu Nacional d'Art de Catalunya), donde la mejor colección de pintura románica del mundo muestra un buen repertorio de vestidos medievales, que se amplía después en los retablos góticos, o dediquen unos minutos al retablo pintado en el año 1464 por Jaume Huguet, en la capilla real de Santa Àgata, junto al Tinell. Si se interesan por el vestir en tiempos modernos, no se arrepentirán de ir al Museu Tèxtil i d'Indumentària (Disseny Hub Barcelona) y de programar una escapada al Museu de l'Estampació de Premià de Mar.

Pero volvamos a los imposibles pensamientos del rey Pedro. Lo que sin duda no habría podido intuir el monarca es que los desfiles de estos días son la expresión de una economía que teje vínculos mucho más allá del Mediterráneo, que él contribuyó a incorporar a sus dominios. Barcelona estuvo en una posición avanzada tanto en la revolución mercantil medieval como en la revolución industrial moderna, y en esta última la moda tuvo un papel fundamental desde las manufacturas del siglo XVIII.

Por este motivo os invitamos a volver al salón del Tinell a finales de primavera, cuando la exposición Indianas. Los orígenes de la Barcelona industrial, 1736-1847, organizada por el MUHBA, mostrará las repercusiones duraderas del nacimiento de la moda gracias al abaratamiento y a la difusión social de los nuevos tejidos de algodón y lino estampados. La manufactura de indianas, de aquellas telas coloridas que al principio llegaban de Oriente, hizo de Barcelona uno de los epicentros productivos del continente en el siglo XVIII y puso los fundamentos de la industria mecanizada del siglo XIX. Barcelona se convirtió en la mayor metrópoli industrial de la Europa mediterránea y en impulsora del renacimiento de Cataluña como nación moderna, con episodios tan creativos como la creación de una nueva capital, con el Eixample ingeniado por Ildefons Cerdà, y las formas arquitectónicas del modernismo y de Antoni Gaudí.

Sean, pues, bienvenidos en nombre del alcalde de Barcelona, Sr. Xavier Trias, del teniente de alcalde de Cultura, Conocimiento, Creatividad e Innovación, Sr. Jaume Ciurana, y de todo el equipo del Museo.

Joan Roca i Albert
Director del MUHBA



Motlle de fusta per estampar teixits d'indianes (Referència MHCB3039)





080 BARCELONA FASHION AND THE ECHOES OF HISTORY

What would say the king “Pere el Cerimoniós”, who ordered to build the Tinell hall in 1359 if he has imagined the 080 Barcelona Fashion catwalk? An anachronistic question, not because of the nature of the act –an event with very different social codes to those of the medieval era – but for the promotion of the economy and the arts. Nevertheless, the question is highly relevant to our times as a reflect of the common desire to present innovation in attire in one of the most impressive spaces in the heart of the catalan Ghotic.

Attire has historically been a way of differentiation. Infact, the attire reflects the history of a city and a country. Take a walk through MUHBA (Barcelona History Museum) and wander through the Museum of Archaeology of Catalonia: in sculptures, paintings and mosaics show how people was dressing in the Roma era. Then, take your time to visit MNAC (National Art Museum of Catalonia), where medieval attire can be seen in the best collection of Roman paintings of the world, exemplified even further thereafter in the collection of gothic religious art, or spend some time contemplating the piece painted by Jaume Huguet in 1464, in the royal chapel of Santa Àgata, right next to Tinell hall. If you are interested in the attire of the modern era, don't miss the chance to visit the Textile and Attire Museum (Disseny Hub Barcelona) as well as a short trip to the Museum of Textile Printing in Premià de Mar.

Let's go back to the indiscernible thoughts of king Pere. What the king would certainly not have had an inkling is that these fashion parades are the result of an economy that weaves links way beyond just the Mediterranean, that he was instrumental in incorporating into his kingdoms. Barcelona has played a leading role in both the Mercantile Revolution of the medieval era and the modern Industrial Revolution, where fashion played a key role since the 18th century.

For the above reasons, we invite you to come back to Tinell Hall at the end of spring, when the exhibition “Indianes, Els orígens de la Barcelona industrial, 1736-1847,” (Indianes, the origins of industrial Barcelona, 1736-1847) organised by MUHBA, will show the long-lasting effects of fashion thanks to the lowering of costs and socialisation of new printed cottons and linens. The manufacture of printed textiles, of those colourful fabrics that were only available at Orient, turn Barcelona into one of the epicentres of production on the continent in the 18th century and contribute to the establishment of the industrial mechanisation in the 19th century. Barcelona became the largest industrial metropolis in Mediterranean Europe and the driving force of the rebirth of Catalonia as a modern nation, with creative episodes such as the creation of a new capital in the Eixample, thought up by Ildefons Cerdà, and Antoni Gaudí's modernist architectural forms, among others.

So be very welcome on behalf of the mayor of Barcelona, Mr. Xavier Trias, deputy mayor for Culture, Knowledge, Creativity and Innovation, Mr. Jaume Ciurana, and the team of the museum.

Joan Roca i Albert
Director MUHBA





DISSENYADORS
DISEÑADORES
DESIGNERS



ALEXIS REYNA

25 / 01 / 2012 - 21,00h

Biografia / Biografía / Biography

Desafiament i investigació constants en moda.

Nascut a Barcelona.

2001 a 2004: Dissenyador per la marca catalana d'alta gamma Stylmode.

3 anys a Àsia. Dissenya per firmes com Guopei... i crea la seva pròpia marca, "Alexis Reyna": desconstrucció, estampats forts, siluetes masculines i recams de tela fets a mida.

2007: S'inscriu al prestigiós Central Saint Martins per cursar un MA en roba per a dona. Posteriorment, és dissenyador creatiu freelance per Filippa K. i J. Lindeberg a Estocolm.

2009: S'estableix a Barcelona, participa a la 080 Barcelona Fashion amb col·leccions de roba per a dona. Treballa per Desigual.

2011: Treballa per M.I.A., Nicola Formechetti Studio li sol·licita

peces. Creixent projecció internacional i de clients. Presència als salons internacionals de moda. Llançament de Capsule Menswear Collection.

Més informació a

www.alexisreyna.com



Constante desafío e investigación en moda.

Nacido en Barcelona.

2001 a 2004: Diseñador para la marca catalana de alta gama Stylmode.

3 años en Asia. Diseña para firmas como Guopei... y crea su propia marca "Alexis Reyna": deconstrucción, estampados fuertes, siluetas masculinas y realces de tela hechos a medida.

2007: Se inscribe en el prestigioso Central Saint Martins para cursar un MA en ropa para mujer.

Posteriormente, es diseñador creativo freelance para Filippa K. and J. Lindeberg en Estocolmo. 2009: Se establece en Barcelona, participa en la 080 Barcelona Fashion con colecciones de ropa para mujer. Trabaja para Desigual. 2011: Trabaja para M.I.A., Nicola Formechetti Studio le solicita piezas. Creciente proyección internacional y de clientes. Presencia en los Salones Internacionales de Moda. Lanzamiento de Capsule Menswear Collection.

Más información en

www.alexisreyna.com



Alexis Reyna, a constant fashion challenge and research.

Born in Barcelona

From 2001 to 2004 designer for the high end Catalan label Stylmode.

Asia for 3 years, designing for brands such as Guopei... and creating his own brand 'Alexis Reyna': deconstruction, strong prints, masculine silhouettes and custom fabrics embellishments.

2007 enrolls in the prestigious Central Saint Martins to take an MA in Womenswear. Then he was freelance creative designer Filippa K and J. Lindeberg in Stockholm

2009: established in Barcelona, participates in the 080 Barcelona Fashion shows with womenswear collections and works for Desigual.

2011: works for M.I.A, Nicola Formechetti studio request pieces.

Increasing international appeal, and customers. Presence in international Fashion shows. Capsule menswear collection launch.

More at www.alexisreyna.com





Col·lecció / Colección / Collection

Hot shade

En la freda nit,
Sempre de viatge mentre els altres
celebren el fotut Nadal,
la nostra rara família d'estrany i
velles.

Conegudes que es petonegen en
l'Olimp de l'ombra ardent del carrer
fosc.

Sí, plaers carnals.

En aquest precís moment,
en l'ombra calenta,
tot és breu excepte l'eterna i
misteriosa
elegància de les meves
aristocràtiques clientes i
companyes.



Hot shade

En la fría noche,
Siempre de viaje mientras los demás
celebran la jodida navidad,
Nuestra rara familia de extraños y
viejas

Conocidas se besan en el Olimpo
de la sombra ardiente de la oscura
calle.

Sí, Placeres carnales.

En este preciso momento,
en la sombra caliente,
Todo es breve menos la eterna y
misteriosa
elegancia de mis aristocráticas
clientas y compañeras.



Hot shade

On a cold night,
Where we travel, whilst elsewhere
they celebrate Christmas,
Our family of the foreign strange
and elderly kiss and dance in
Olympus' shadow of carnal
pleasures cast upon our street
In this moment in the hot shade
Everything is brief except
the mysterious and timeless
aristocratic beauty of my clients and
companions.



Dissenyador / diseñador / designer:
Alexis Reyna

Marca comercial / commercial brand:
Alexis Reyna

Adreça / dirección / address:
Camí Vell de Sarrià, 23 5º 3ª
08029 Barcelona (SP)
Telèfon: +34 630 857 906
www.alexisreyna.com
rex@alexisreyna.com

BRAIN & BEAST

26 / 01 / 2012 - 12'00h

Biografia / Biografía / Biography

El 1999, Àngel Vilda va acabar els seus estudis a la Facultat de Belles Arts de la Universitat de Barcelona, al Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (CSDMM, Universitat Politècnica) i al London College of Fashion i, després de treballar per algunes marques comercials, va engegar el seu propi projecte. Ha mostrat les seves col·leccions a Barcelona (CIRCUIT, Passarel·la Gaudí i 080 Barcelona Fashion), Madrid (Espacio Cibeles, SIMM) i París (WORKSHOP i Rendez-Vous Paris). Ara, amb Brain & Beast, ofereix un punt de vista personal sobre la indumentària de l'home i la dona d'avui dia. Alta qualitat i personalitat han estat sempre lemes de la firma, que compta amb uns dissenys pensats per a persones reals que viuen en un món real.

En 1999, Àngel Vilda terminó sus estudios en la Facultad de Bellas Artes de la Universitat de Barcelona, en el Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (CSDMM, Universidad Politècnica) y en el London College of Fashion, y después de trabajar para algunas marcas comerciales, comenzó su propio proyecto. Ha mostrado sus colecciones en Barcelona (CIRCUIT, Gaudí y 080 Barcelona Fashion), Madrid (Espacio Cibeles, SIMM) y París (WORKSHOP y RENDEZ-VOUS PARIS). Ahora, con BRAIN & BEAST, ofrece punto de vista personal sobre la indumentaria del hombre y la mujer de hoy en día. Alta calidad y personalidad han sido siempre lemas de la firma, trabajando para personas reales que viven en un mundo real.

In 1999, Àngel Vilda finished his Fine Arts studies at Universitat de Barcelona, Fashion Design at CSDMM (Universidad Politècnica de Madrid) and London College of Fashion, and after having designed garments for some commercial brands, he started his own project. He has shown his collections in Barcelona (CIRCUIT, Gaudí and 080 Barcelona Fashion Show), Madrid (Cibeles, SIMM) and Paris (WORKSHOP and RENDEZ-VOUS). Now, at BRAIN & BEAST, he offers a personal point of view concerning today's clothing for men and women. High quality and personality have always been his slogans, working for real people living in a real world.





Blommers / Schumm
Picture for Depeche Mode Magazine



BRAIN & BEAST
BARCELONA

Col·lecció / Colección / Collection

Décalogue (Part III / Magic)

Winter 2012 - 2013

com

... camaleons...
... prestidigitació...
... bones notícies...

així

... policromatisme en excés...
... blanc, groc, camel, taronja,
fúcsia, vermelló, celeste, indi, marí,
maragda, púrpura, gris...
... negre!...
... inacabats, facetats, retorçats...
reflexes...
... siluetes geomètriques,
allargades i/o distorsionades...

amb

... punt en cotó orgànic i llana
merina...
... denim, tweed, diplomàtica,
gavardina, oxford, batista,
organza, setí...
... bandanes, clapejats, vichy...
... estampats, flocats...



Décalogue (Part III / Magic)

Winter 2012 - 2013

como

... camaleones ...
... prestidigitación ...
... buenas noticias ...

así

... policromatismo en exceso ...
... blanco, amarillo, camel, naranja,
fúcsia, bermellón, celeste, índigo,
marino, esmeralda, púrpura, gris ...
... negro! ...
... inacabados, facetados, retorcidos
... reflejos ...
... siluetas geométricas, alargadas
y/o distorsionadas ...

con

... punto en algodón orgánico y lana
merino ...
... denim, tweed, diplomática,
gabardina, oxford, batista, organza,
satén ...
... bandanas, lunares, vichy ...
... estampados, flocados ...



Décalogue (Part III / Magic)

Winter 2012 - 2013

Like

...chameleons ...
... sleight ...
... good news ...

So

... Polychromatic to excess ...
... White, yellow, camel, orange,
fuchsia, vermilion, blue, indigo, navy,
emerald, purple, gray...
... Black! ...
... Unfinished, faceted, twisted ...
reflections...
... Geometric shapes, elongated
and / or distorted...

With

... organic cotton and merino wool
knit...
... denim, tweed, diplomatic,
gabardine, oxford, batiste, organza,
satin ...
... bandanas, spots, gingham ...
... patterns, flocked ...



Dissenyador / diseñador / designer:
Àngel Vilda

Marca comercial / commercial brand:
Brain&Beast

Adreça / dirección / address:
Ronda Universitat 20, principal 4º
08007 Barcelona (SP)
Telèfon: +34 637 483 569
www.brainandbeast.com
info@brainandbeast.com

CELIA VELA

25 / 01 / 2012 - 19,00h

Biografia / Biografía / Biography

Celia Vela debuta a la passarel·la oficial de Barcelona l'any 1998. Actualment, participa a la 080 Barcelona Fashion. Té botiga pròpia a Figueres. Introdueix les seves col·leccions al Japó l'any 1998 i, en aquests moments, compta amb un showroom propi a Tòquio (Ginza) i està a punt d'inaugurar-hi una botiga. A més de Barcelona i Tòquio, també ha presentat les seves col·leccions a París, en el marc del saló Atmosphère, de la Setmana dels Creadors, o a Pure London. Ha col·laborat amb Coty-Astor, ModaFAD, Barcelona Moda Centre, Dupont, el Cercle Tèxtil i Lucky Strike, entre d'altres. Per a l'Exposició Universal de Saragossa, va dissenyar i produir els uniformes del pavelló del Japó. Des del 1998, participa habitualment en taules rodones i conferències sobre temes de moda.

Debuta en la pasarela oficial de Barcelona en el 1998. Actualmente participa en la 080 Barcelona Fashion Week. Tiene establecimiento propio en Figueres. Introduce sus colecciones en Japón el año 1998; actualmente cuenta con un showroom propio en Tokio (Ginza) y está a punto de inaugurar otra tienda. Además de en Barcelona y Tokio, también presenta sus colecciones en París, en el marco del salón Atmosphère de la Semana de los Creadores o en Pure London. Ha colaborado con Coty-Astor, ModaFAD, Barcelona Moda Centre, Dupont, el Cercle Tèxtil, Lucky Strike, entre otros. Para la Exposición Universal de Zaragoza diseñó y produjo los uniformes del pabellón de Japón. Desde 1998, participa habitualmente en mesas redondas y conferencias sobre temas de moda.

Celia made her debut in Barcelona's official catwalk in 1998. Nowadays, she takes part in the 080 Barcelona Fashion Week. She has a store in Figueres. In 1998, introduced her collections in Japan. Nowadays, she has her own showroom in Tokyo (Ginza), where she is about to open a new store. Apart from Barcelona and Tokyo, she presents her collections in Paris, within the framework of the Atmosphère in the Paris Fashion Designers' Week or in Pure London. She has also collaborated with the Coty-Astor company, ModaFAD, Barcelona Moda Centre, Dupont, the Textile Center, and Lucky Strike, among others. She designed and made the uniforms for the Japanese Pavilion at the Zaragoza Expo. Since 1998, she is a regular participant in round tables.





Celia Vela

Col·lecció / Colección / Collection

Segon segona

Diuenge a la tarda. Carrer Balmes, un segon segona. Ajudem la Carlota. Ha de buidar el pis de la seva tieta Teresina. Era sastressa, es va passar la vida fent uniformes militars, era soltera...

Abans de marxar, la Carlota, que segueix intrigada, ens diu: "Espereu, l'altell!". "Quin altell?", li demanem. La tieta Teresina tenia un altell on, quan la Carlota era petita, li deia que hi guardava un tresor, i quan ella li demanava de quin tresor es tractava, la tieta li responia: "El tresor dels meus somnis."

La Carlota va començar a llegir, al cap de poca estona les llàgrimes li queien sense...

(Si voleu conèixer tota la història haureu de venir a la nostra desfilada o esperar la seva publicació al nostre web).



Segundo Segunda

Domingo por la tarde. Calle Balmes, un segundo segunda. Ayudamos a Carlota. Tiene que vaciar el piso de su tía Teresina. Era sastrá, se pasó la vida haciendo uniformes militares, era soltera...

Antes de marchar, Carlota, que sigue intrigada, nos dice "esperad!, el altillo", "¿qué altillo?" le preguntamos. La tía Teresina tenía un altillo en el que, cuando Carlota era pequeña, le decía que guardaba un tesoro y cuando ella le preguntaba "¿qué tesoro?", la tía le respondía "el tesoro de mis sueños"...

...Carlota empezó a leer, al cabo de un rato las lágrimas le brotaban sin...

(Si queréis conocer toda la historia deberéis venir a nuestro desfile o esperar a su publicación en nuestra web).



2º 2ª

Sunday afternoon. Balmes street, second floor, second door. We help Carlota. She must empty the apartment of his aunt Teresina. She was tailor, she spent her whole life making military uniforms, she was single ...

Before leaving, Carlota, who is still wondering, told us "Wait, the attic," "What attic?" We ask. Aunt Teresina had a loft where, when Carlota was a child, she told her that she kept a treasure, and when she enquired "What treasure?" Aunt told her "the treasure of my dreams" ...

... Carlota began to read and, a little while later, tears streamed down without...

(If you want to know the whole story you should come to our parade or wait for its publication on our website).



Dissenyador / diseñador / designer:
Celia Vela

Marca comercial / commercial brand:
Celia Vela

Adreça / dirección / address:
Banyuls, 2, baixos
17600 Figueres, Girona (SP)
Telèfon: +34 972 674 617
www.celiavela.com
info@celiavela.com

DER METROPOL

26 / 01 / 2012 - 19,00h

Biografia / Biografía / Biography

Mario Francisco és professor d'un curs de moda al Centre Universitari SENAC.

Va treballar per grups brasilers de moda jeanswear tan distingits com M.Officer i TNG.

El primer cop que se li va proposar formar part de Casa de Criadores, l'esdeveniment fashion week més important per als nous dissenyadors al Brasil, durant l'edició de primavera-estiu del 2009, com a part del programa dels nous talents, Projeto Lab, Der Metropol va ser descrit per la premsa com la millor nova marca i la sorpresa més gran de la temporada.

L'agost del 2010, s'associa amb Puma, una de les marques d'articles esportius líders al món, i és nomenat "Fashion Embassador" per representar la marca al Brasil.

Mario Francisco es profesor de un curso de moda en la SENAC University.

Trabajó para grupos brasileños de moda "jeanswear" tan distinguidos como M.Officer y TNG.

En un primer momento se le propuso formar parte de Casa de Criadores, el evento Fashion Week más importante para los nuevos diseñadores en Brasil, durante la edición de Primavera-Verano de 2009 como parte del programa de los nuevos talentos, Projeto Lab. DER METROPOL fue descrito por la prensa como la mejor nueva marca y la mayor sorpresa de la temporada.

En agosto de 2010, se asocia con PUMA, una de las marcas de artículos de deporte líder en el mundo, y se le nombra "Fashion Embassador" para representar la marca en Brasil.

Mario Francisco is a professor at SENAC University (Universidade SENAC), undergraduate course of Fashion.

He has worked for some distinctive Brazilian Jeanswear groups such as M.Officer and TNG.

In the first time he was invited to take part in Casa de Criadores, Brazil's most important fashion week event for new designers, during the Spring/Summer 2009 edition as part of new talents programme – Projeto Lab – DER METROPOL was described by the press as the best new brand and the season's greatest surprise.

In August, 2010, he starts a partnership with PUMA, one of the world's leading sporting goods brands, and is nominated "Fashion Embassador" to represent the brand in Brazil.





DER METROPOL

Col·lecció / Colección / Collection

Facing the Death

La col·lecció va néixer com un homenatge a un dels amics més íntims del dissenyador, que va morir l'agost del 2011. La col·lecció Tardor-Hivern 2012 de DER METROPOL parla de l'impacte de l'absència provocada per la mort, ja sigui física, ja sigui anàloga a un moment de transició. Finalment, parla de la recerca de la fe a través de la conciliació religiosa, representada pels símbols del judaisme, l'arc i la fletxa d'Oxossi i la destal de Xangô d'Umbanda, una religió afrobrasileira, la Tau de sant Francesc d'Assís, i l'hexàgon, com una referència als eixams i a les abelles, que representen l'ànima per als musulmans.



Facing the Death

La colección nació como un homenaje a uno de los amigos más íntimos del diseñador, fallecido en agosto de 2011. La colección Otoño-Invierno 2012 de DER METROPOL habla del impacto de la ausencia provocada por la muerte, ya sea física, ya sea análoga a un momento de transición. Finalmente, habla de la búsqueda de la fe a través de la conciliación religiosa representada por los símbolos del judaísmo, el arco y la flecha de Oxossi y el hacha de Xangô de Umbanda, una religión afrobrasileña, la Tau de San Francisco de Asís, y el hexágono, como una referencia a colmenas y abejas, las cuales representan el alma para los musulmanes.



Facing the Death

Collection was created as an homage to one of the designer's closest friends, deceased in August, 2011. The Fall/Winter 2012 collection by DER METROPOL discusses the impact of the absence which is created by death, be it physical or an analogy with a moment of transition. Finally, it discusses the search for Faith through religious syncretism represented by symbols of Judaism, Oxossi's bow and arrow and Xangô's axe from Umbanda, an afro brazilian religion, Saint Francis of Assisi's tau, and the hexagon, as a reference to beehives and bees, which represent the soul for Muslims.



Dissenyador / diseñador / designer:
Der Metropol

Marca comercial / commercial brand:
Der Metropol

Adreça / dirección / address:
Rua Antonio Alves de Souza 08
Conjunto Hervy
06216-120 Osasco São Paulo Brasil
Telèfon: 55 11 8476.7488
mariofsc@yahoo.com.br

JOSEP ABRIL

25 / 01 / 2012 - 18,00h

Biografia / Biografía / Biography

Neix a Barcelona al 1962.

Estudia Belles Arts.

Estudia disseny de moda a E.A.T.M. de Barcelona.

Viu i treballa a Barcelona.

Crea la pròpia firma al 1996, que comercialitza a través de showrooms i botigues multi-marca.

Es presenta en una desfilada a Madrid i Barcelona.

Del 2003 al 2009 és director creatiu de la col·lecció Armand Basi One Home, presentada a París des de 2007.

Al 2006 neix el projecte "bespoke" de sastreria a mida.

Al 2007 forma Abril Studio, estudi de creació de conceptes i projectes. A l'entorn de la moda llança la línia "uniformed by" d'uniformitat de disseny crea vestuaris per espectacles, teatre i òpera.

Imparteix classes i workshops en diferents escoles de disseny, I.E.D., ESDI, Elisava i Felicidad Duce.

Nace en Barcelona el 1962.

Estudia Bellas Artes.

Estudia diseño de moda en la E.A.T.M. de Barcelona.

Vive y trabaja en Barcelona.

Crea su propia marca en el 1996, que comercializa a través de showrooms y tiendas multi-marca. Se presenta en un desfile en Madrid y Barcelona.

Del 2003 al 2009 es director creativo de la colección Armand Basi One Home, presentada en París desde 2007.

En el 2006 nace el proyecto "bespoke" de sastrería a medida.

En el 2007 crea Abril Studio, estudio de creación de conceptos y proyectos, en el entorno de la moda lanza la línea "uniformed by" de uniformidad de diseño, crea vestuarios para espectáculos, teatro y ópera. Imparte clases y workshops en diferentes escuelas de diseño: I.E.D., ESDI, Elisava y Felicidad Duce.

He was born in Barcelona in 1962.

He studied Fine Arts.

He also studied Fashion Design at E.A.T.M in Barcelona.

He lives and works in Barcelona.

His own label is created in 1996, and it is on sale in showrooms and in multi-brand stores. It is presented through a catwalk in Madrid and Barcelona.

From 2003 to 2009 he is the creative director of the Armand Basi One menswear collection, presented in Paris since 2007.

In 2006, the "Bespoke" line of tailored clothing is born.

In 2007, he creates Abril Studio, a fashion concept and project design studio and he launches the "uniformed by" fashion line. He designs wardrobe for shows, theatre plays and operas. He teaches lessons and workshops in several design schools, such as I.E.D, ESDI, Elisava and Felicidad Duce.





JOSEP ABRIL

Col·lecció / Colección / Collection

30 FW#1112N28

“Introspecció: observació i examen dels propis sentiments i pensaments.” Després de 15 anys vull observar el treball fet.



30 FW#1112N28

“Introspección: Observación y examen de los propios sentimientos y pensamientos”. Después de 15 años quiero observar el trabajo hecho.



30 FW # 1112N28

“Introspection: Observation and examination of our own feelings and thoughts”. After 15 years I want to observe the work done.



Dissenyador / diseñador / designer:
Josep Abril Janer

Marca comercial / commercial brand:
Josep Abril

Adreça / dirección / address:
Consell de Cent, 159
08015 Barcelona (SP)
Telèfon: +34 934 536 892
www.josepabril.com
contact@josepabril.com

JUAN PEDRO LOPEZ

26 / 01 / 2012 - 17,00h

Biografia / Biografía / Biography

Juan Pedro López (Barcelona), es va graduar en Disseny l'any 2000. El 1999 va guanyar el 1er Premi Smirnoff Fashion Awards Espanya i va ser finalista en la final internacional del mateix premi a Hong Kong.

El 2002, va ser finalista del Mittelmoda Fashion Award, a Itàlia. Des de l'any 2000 fins al 2005 va presentar sis col·leccions a la passarel·la Gaudí Joves Dissenyadors. L'any 2005 va debutar a París i, a més, va ser convidat a l'Almaty Fashion Week de Kazakhstan. El març del 2006 va ser present, per segona vegada, a la passarel·la de París i va tornar a la Passarel·la Barcelona i al Showroom Barcelona (París). Va participar, també, a la 1a edició del 080 Barcelona Fashion. Des del 2007, compagina la feina de dissenyador amb la d'estilista (per exemple, al Festival d'Eurovisió del 2009 a Moscou). L'octubre del 2010 va obrir una

botiga pròpia a Barcelona i el juliol del 2011 va tornar a participar al 080 Barcelona Fashion, amb la col·lecció de primavera-estiu 2012.



Juan Pedro López (Barcelona), graduado en diseño en 2000. En 1999 gana el 1er Premio Smirnoff Fashion Awards España y es finalista en la final internacional del mismo en Hong Kong. En el 2002, es finalista del Mittelmoda Fashion Award, Italia. Desde el 2000 presenta seis colecciones en la pasarela Gaudí Jóvenes Diseñadores, hasta el 2005, año en el que debuta en París y además, es invitado a la Almaty Fashion Week de Kazajstán. Presente por segunda vez en la pasarela de París en marzo 2006, vuelve a la Pasarela Barcelona combinando con el Showroom Barcelona (París). Invitado en la 1ª edición de la 080 Barcelona Fashion week.

Desde el 2007 compagina su trabajo de diseñador con el de estilista (incluyendo el Eurovision Song Contest 2009 Moscú).

Abre tienda propia en Barcelona en octubre de 2010 y en Julio de 2011 retorna a la Pasarela 080 Barcelona Primavera-Verano 2012.



Juan Pedro López (Barcelona) graduated in design in 2000. In 1999 he won first prize in the Smirnoff Fashion Award Spain and was a finalist in the international version of the same competition in Hong Kong. He was a finalist in the Mittelmoda Fashion Award in Italia in 2002. Between 2000 and 2005, he presented six collections at the Passarela Gaudí Joves Dissenyadors. In 2005, he made his debut in Paris. Moreover, he was invited to the Almaty Fashion Week in Kazakhstan. He was invited to the first edition of the 080 Barcelona Fashion, and since 2007 he combines his work as a designer with that of a stylist, working in Moscow for the Eurovision Song Contest in 2009. He opened his own shop in Barcelona in October 2010 and in July 2011 he returns to the 080 Barcelona Fashion Spring-Summer 2012.





JUAN PEDRO LOPEZ

Col·lecció / Colección / Collection

“En el seu interior, la catedral resultava encara més impressionant. La nau central s'acomodava a l'estil dels creuers, però el mestre constructor havia fet més refinat el seu disseny en construir unes columnes encara més esveltes i unes finestres més grans. Però encara hi havia una innovació més. William havia sentit a parlar dels vitralls de colors, obra d'artesans que Jack Jackson havia portat des de París. Es preguntava el perquè de tot aquell enrenou sobre els vitralls, ja que s'imaginava que una finestra de colors devia ser una cosa així com un tapís o una pintura. En aquell moment va comprendre a què es referien. La llum de l'exterior brillava a través dels vidres de colors, produint una resplendor, i l'efecte era veritablement màgic.”

Ken Follet “Els pilars de la Terra”



“En el interior la catedral resultaba aún más impresionante. La nave central se acomodaba al estilo de los cruceros, pero el maestro constructor había hecho más refinado su diseño al construir sus columnas todavía más esbeltas y las ventanas más grandes. Pero aún había una innovación más. William había oído hablar de las cristalerías de colores, obra de artesanos que Jack Jackson había llevado desde París. Se preguntaba a qué se debería todo aquel alboroto sobre ello, ya que se imaginaba que una ventana coloreada sería algo así como un tapiz o una pintura. En aquel momento comprendió a lo que se referían. La luz del exterior brillaba a través de los cristales de colores produciendo un resplendor y el efecto era en verdad mágico”.

Ken Follet “Los pilares de la tierra”



“The church was even more impressive inside. The nave followed the style of the transepts, but the master builder had refined his design, making the columns even more slender and the windows larger. But there was another innovation. William had heard people talk of the colored glass made by craftsmen Jack Jackson had brought over from Paris. He wondered why there was such a fuss about it, as he imagined that a coloured window would be just like a tapestry or a painting. Then he realised what they meant. The light from the outside shined through the lived glass, “creating a brightness magical effect”

“Pillars of the Earth” Ken Follet.



Dissenyador / diseñador / designer:
Juan Pedro López

Marca comercial / commercial brand:
Juan Pedro López

Adreça / dirección / address:
Luis Antúnez 19, t3
08006 Barcelona (SP)
Telèfon: +34 931 246 659
www.juanpedrolopez.com
info@juanpedrolopez.com

JUSTICIA RUANO

26 / 01 / 2012 - 11'00h

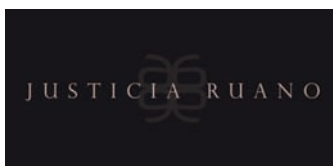
Biografia / Biografía / Biography

Justicia Ruano va néixer a Granada. Als 18 anys es va traslladar a Barcelona per completar la seva formació. És diplomada en Disseny per l'ESDI. Va ser responsable de la col·lecció de la marca catalana System Action durant cinc anys. Després, va dirigir el Departament de Disseny de Mango durant 12 anys. Després d'aquesta experiència, va decidir iniciar una nova etapa professional obrint el seu propi estudi de disseny, amb la realització de col·leccions com a freelance per a marques com Escorpion (responsable de plana), Vanity Fair (llenceria), Laplaia (beach couture) i TCN. El 2009 llança la seva pròpia marca (9PM), focalitzada en còctel i festa, en què utilitza teixits nobles, amb brodats elaborats artesanalment. Presenta la col·lecció a Who's Next, Simm, Copca París, Atmosphère, Pure i, el 2010, fa la seva primera desfilada a la 080 Barcelona Fashion.

Nacida en Granada. A los 18 años se traslada a Barcelona para completar su formación. Diplomada en diseño, en E.S.D.I. Fue responsable de la colección de la marca catalana System Action, durante cinco años. Después dirigió el departamento de diseño de Mango durante 12 años. Tras esta experiencia decide iniciar una nueva andadura profesional abriendo su propio estudio de diseño, realizando colecciones free-lance para marcas como Escorpion (responsable de plana), Vanity Fair (lencería), Laplaia (beach couture), y TCN... En 2009 lanza su propia marca (9PM) focalizada en cóctel y fiesta, utilizando tejidos nobles, con bordados elaborados artesanalmente. Presenta la colección en Whos's Next, Simm, Copca Paris, Atmosphères, Pure. En 2010 hace su primer desfile en 080 Barcelona Fashion.

She was born in Granada. At the age of 18, she moved to Barcelona to complete her training. Justicia was graduated in design, in E.S.D.I. For five years, she was responsible for the collection of the Catalan brand System Action. Later, she ran the design department of Mango for twelve years. After this experience, she decided to start a new professional track, and she opened her own study of design, where she created freelance collections for brands as Escorpion (person in charge of sizing), Vanity Fair (linen), Laplaia (beach couture), and TCN.... In 2009, she launches her own brand (9PM) focussed in cocktail and party, using noble fabrics, with handmade embroideries. She presented the collection in Whos's next, Simm, Copca Paris, Atmosphères, Pure. In 2010, she did her first runway show in 080 Barcelona Fashion.





Col·lecció / Colección / Collection

Metamorphosis

El meu últim desafiament, dins de la col·lecció, és fer que els contraris encaixin, creant una elegància. Per això aquest any he triat el tema de la metamorfosi per dissenyar aquesta nova col·lecció de la propera Tardor-Hivern 2012. La metamorfosi és un procés pel qual un objecte canvia de forma. És el reflex d'aquell "impàs" en què allò creat es renova i reneix amb una altra forma i en un altre cos. La meua intenció, amb aquesta col·lecció, és que les ànimes que viatgen en la nostra ment, a la recerca de la reafirmació d'una personalitat, intentin conciliar el món humà amb l'animal a través de la bellesa.

Tot això es representa amb la creació d'estructures treballades a mà, tant d'un únic material com de combinacions de materials, teixits de qualitat excepcional, en què destaquen el desenvolupament exclusiu dels brodats i les peces exteriors amb volums i tactes especials.



Metamorphosis

Mi último desafío dentro de la colección es hacer que los opuestos encajen creando una elegancia; por ello este año he escogido el tema de la metamorfosis para diseñar ésta nueva colección del próximo Otoño-Invierno 2012.

La metamorfosis es un proceso por el cual un objeto cambia de forma. Es el reflejo de ese "impasse" en el que lo creado se renueva y renace con otra forma y en otro cuerpo. La intención con esta colección es que las almas que viajan en nuestra mente en busca de la reafirmación de una personalidad, intenten conciliar el mundo humano con el animal a través de la belleza.

Todo esto se representa creando estructuras trabajadas a mano, tanto de un único material como de combinaciones de ellos, tejidos de excepcional calidad, destacando el desarrollo exclusivo de los bordados y prendas exteriores con volúmenes y tactos especiales.



Metamorphosis

My last challenge in this collection is to achieve that the opposite ones fit together creating elegance; because of that, this year I have chosen the metamorphosis to design the garments of this collection for the Autumn-Winter 2012.

The metamorphosis is a process for which an object changes its form. It is the reflection of this "impasse" in which the creation renews and reborn with another form and in another body.

The intention of this collection is that the souls, which are travelling across our minds to reaffirm a personality, try to harmonize, across the beauty, the human world with the animal one.

All this is represented by means of the creation of hand manufactured structures, both of only one material and combinations of them, fabrics of exceptional quality, emphasizing the exclusive development of the embroideries and outerwear with volumes and special tactes.



Dissenyador / diseñador / designer:
Justicia Ruano

Marca comercial / commercial brand:
Justicia Ruano

Adreça / dirección / address:
Diputació, 293, ent. 2^a
08009 Barcelona (SP)
Telèfon: +34 933 078 130
Fax: +34 933 078 130
www.9pmbarcelona.com
justi.ruano@yahoo.es

KARLOTALASPALAS

25 / 01 / 2012 - 19,30h Instal·lació/Performance

Biografia / Biografía / Biography

Karlota Laspalas (Pamplona, 1981) i Mireia Roset (Barcelona, 1983) s'uneixen per crear un tàndem i assumir la direcció conjunta de Karlotalaspalas, creada per la primera el 2009. Karlotalaspalas és un testimoni constant de la identitat humana, dels nostres temors, anhels i esperances, partint de l'observació i l'experimentació de les nostres pròpies vides. Les seves col·leccions han estat premiades en dues ocasions com a millor col·lecció masculina a la 080 Barcelona Fashion.



Karlota Laspalas (Pamplona 1981) y Mireia Roset (Barcelona 1983) se unen para crear un tándem y asumir la dirección conjunta de Karlotalaspalas, creada por la primera en el 2009. Karlotalaspalas es un constante testimonio de la identidad humana, de nuestros temores, anhelos y esperanzas, partiendo de la observación y experimentación de nuestras propias vidas. Sus colecciones han sido premiadas hasta en dos ocasiones como mejor colección masculina en el 080 Barcelona Fashion.



Karlota Laspalas (Pamplona, 1981) and Mireia Roset (Barcelona, 1983) joined for working together and managing Karlotalaspalas, a brand created by Karlota in 2009. Karlotalaspalas is a constant evidence of the human identity, of our dreads, longings and hopes, taking the observation and experimentation of our lives as a starting point. Their collections have been even rewarded in two occasions as the best masculine collection in 080 Barcelona Fashion.





KARLOTALASPALAS

Col·lecció / Colección / Collection

Disclosure

[...] on deixem l'amargor,
i la lluita contra el temps,
la falta de fe, la tristesa,
la inexplicable, la misteriosa,
nostàlgica tristesa... i la mort,
la desitjada, implacable, paorosa
mort.

Tot el blau és teu,
te n'adones?

[...]

Laura Elena Alemán

La revelació emergeix des del
lloc més profund de nosaltres
mateixos. És la manifestació
de la fe en els nostres desitjos
i esperances. És el senyal que
estàvem esperant per canviar les
nostres vides.



Disclosure

(...) dónde dejamos la amargura,
y la lucha contra el tiempo,
la falta de fe, la tristeza,
la inexplicable, la misteriosa,
nostálgica tristeza... y la muerte,
la deseada, implacable, pavorosa
muerte.

Todo el azul es tuyo
¿te das cuenta?

[...]

Laura Elena Alemán

La revelación emerge de lo más
profundo de nosotros mismos. Es la
manifestación de la fe en nuestros
deseos y esperanzas. Es la señal
que estábamos esperando para
cambiar nuestras vidas.



Disclosure

(...) where do we leave the
bitterness,
and the fight against the time,
the lack of faith, the sadness,
the inexplicable, mysterious and
nostalgic sadness..., and death,
the wished, implacable, frightening
death.

The whole blue is yours
Do you realize?

(...)

Laura Elena Alemán.

The revelation emerges from
our deepest sense. It is the
manifestation of faith in our desires
and hopes. It is the sign that we
were waiting for changing our lifes.



Dissenyador / diseñador / designer:
Karlotalaspalas

Marca comercial / commercial brand:
Karlotalaspalas

Adreça / dirección / address:
Gran Via de les Corts Catalanes,
476 1º 1ª
08015 Barcelona (SP)
Telèfon: +34 932 928 699
www.karlotalaspalas.com
info@karlotalaspalas.com

KRIZIA ROBUSTELLA

27 / 01 / 2012 - 16,30h

Biografia / Biografía / Biography

S'autodefineix com a "Sport Deluxe".

Krizia Robustella pren com a referent les peces esportives del passat per crear el seu propi univers, on el confort es fon amb el luxe i el luxe passa per formes i teixits fins ara preservats per a ocasions formals.

Krizia Robustella és una marca arriscada per a les persones excèntriques, gent inconformista de nit i de dia. Gent que sent la necessitat de destacar i de ser observada durant el dia, sense sacrificar l'elegància i el glamour que caracteritzen les nits a les grans ciutats.

Gent amb ànsies d'expressar la seva individualitat a través de la seva indumentària, barrejant estils sense por, seguint la moda a la seva manera.

Se autodefine como "Sport Deluxe". Krizia Robustella toma como referente las prendas deportivas del pasado para crear su propio universo donde el confort se funde con el lujo y el lujo pasa por formas y tejidos hasta ahora preservados para ocasiones formales.

Krizia Robustella és una marca arriesgada para las personas excéntricas, gente inconformista de noche y de día. Gente que siente la necesidad de destacar y ser observados durante el día, sin sacrificar la elegancia y el glamour que caracterizan las noches en las grandes ciudades.

Gente con ansias de expresar su individualidad a través de su indumentaria, mezclando estilos sin temor, siguiendo la moda a su manera.

Self-defined as "Sport Deluxe".

Krizia Robustella takes as a reference sportswear from the past to create her own universe where comfort merges with luxury and luxury moves into shapes and fabrics that were previously reserved for formal occasions.

Krizia Robustella is a risky brand for eccentric, nonconformist people of night and day. People who feel the need to stand out and to be looked at during the day, without sacrificing the elegance and glamour that characterises the nights in big cities. These are people who want to express their individuality through their clothes, fearlessly mixing styles, following fashion in their own way.





Col·lecció / Colección / Collection

Quack Quack Boom Boom

A fora, fosc com la gola d'un llop,
deu sota zero,
tio, estic totalment glaçat;
la meva edat se m'apropa
sigil·losament,
i el noi que sóc se sent vell.
Però quan el cel s'il·lumina,
el negre es converteix en blau;
el meu cor bateja una mica més
de pressa,
la meva energia i la meva força es
renoven.
Aleshores veig els ànecs en la
distància,
enlairant-se per fer el seu vol
matinal;
ja no sento el fred,
mentre segueixo els ànecs amb la
mirada.



Quack Quack Boom Boom

Afuera, oscuro como la boca de un
lobo, diez bajo cero,
tío, estoy condenadamente frío;
mi edad se cierne sobre mí,
y el muchacho que soy se siente
viejo.
Pero en cuanto el cielo se ilumina,
el negro se convierte en azul;
mi corazón palpita un poco más
rápido,
mi energía y mi fuerza se renuevan.
Entonces veo a los patos en la
distancia,
salen en su vuelo matinal;
ya no siento el frío,
mientras siga a los patos con la
vista.



Quack Quack Boom Boom

*Pitch black outside, ten below zero,
Man I am freezing cold;
My age is starting to creep up on
me,
and boy am I feeling old.
But as the sky starts to lighten,
once black starts to turn blue;
My heart starts to beat a little faster,
my energy and strength are
renewed.
Then I see the ducks in the distance,
take off for their morning flight;
I no longer notice the cold, as I keep
the ducks in my sight.*



LUIS MANTEIGA

27 / 01 / 2012 - 11,00h

Biografia / Biografía / Biography

Estilisme d'Indumentària a l'Escola d'Art Granada (2003).
Vestuari Teatral al Centre d'Estudis Escènics d'Andalusia (2004).
Estudis Superiors a Felicidad Duce.
Dibuix de Projectes Escènics a la Universitat de Barcelona
Pràctiques amb Gori de Palma i Manuel Albarrán.
Guanyador de la Mustang Fashion Weekend, juliol 2009
Showroom d'EGO de Cibeles, febrer 2010
Premi Millor dissenyador novell de Castella i Lleó, 2010.
Guanyador de Almacén de Ideas de la Pasarela Abierta de Murcia, 2010.
Premi de l'Escola Felicidad Duce pel projecte de final de carrera, juny 2010.
Desfilada OFF de la Setmana de la Moda de Barcelona, juliol 2010.
Guanyador de ModaFAD, juliol 2010.
Participació al 080 Showroom de Barcelona, gener 2011
Exposició al Saló Tèxtil

Internacional de Barcelona, març 2011.
Exposició al FADfest de Barcelona, juliol 2010.
Desfilada EGO-Cibeles durant la Madrid Fashion Week, setembre 2011.



Estilismo de Indumentaria en la Escuela de Arte Granada (2003).
Vestuario teatral en el Centro de Estudios Escénicos de Andalucía (2004).
Estudios Superiores en Felicidad Duce.
Dibujo de proyectos escénicos en la Universitat de Barcelona.
Prácticas con Gori de Palma y Manuel Albarrán.
Ganador de Mustang Fashion Weekend, Julio 2009.
Showroom de EGO de Cibeles, Febrero 2010.
Premio al Mejor diseñador novel de Castilla y León 2010.
Ganador de Almacén de Ideas

(Pasarela Abierta de Murcia) 2010.
Premio de la Escuela Felicidad Duce por el Proyecto de final de carrera, Junio 2010.
Desfile OFF Semana de la Moda de Barcelona, Julio 2010.
Ganador de ModaFAD, Julio 2010.
Participación en 080 Showroom, Barcelona Enero 2011.
Exposición en Saló Textil Internacional de Barcelona, Marzo 2011.
Exposición en FADfest, Barcelona, Julio 2011.
Desfile en EGO-Cibeles en la Madrid Fashion Week, Septiembre 2011.



*Fashion design at the Escuela de Arte de Granada (2003).
Theatre costumes at the Centro de Estudios Escénicos de Andalucía (2004). Studies in Felicidad Duce.
Developed scenic projects at the Universitat de Barcelona.
Collaborations: Gori de Palma / Manuel Albarrán.
Winner of the Mustang Fashion Weekend in July 2009.
The Showroom from EGO-Cibeles in February 2010.
Winner of the Almacén de Ideas (Pasarela Abierta, Murcia) in 2010.
Winner for his graduating project in Escuela Felicidad Duce in June 2010.
Catwalk OFF of the Barcelona Fashion Week in July 2010.
Winner of ModaFAD in July 2010.
Forming part of the showroom from 080 Barcelona Fashion Week in January 2011.
Individual exhibition in STIB (International Textile Exhibition) Barcelona, in March 2011.
Individual Exhibition in FADfest, FAD Barcelona in July 2011.
Fashion show EGO-Cibeles, Madrid Fashion week September 2011.*





**LUIS
MANTEIGA**

Col·lecció / Colección / Collection

Frontera Bekenstein

El cel obert, un moment abans de la tempesta, flaixos platejats i la descomposició de la llum en una gota d'aigua.

Tot pot ser concebut, dit, fet, transmès.

Desdibuixant les fronteres.

Tota la matèria queda absorbida, estas viatjant a través de forats negres, a través d'altres dimensions i un moment abans de desaparèixer ets disparat a la velocitat de la llum.

Una imatge que s'escapa dels seus límits.

I si l'univers que contemplem fos tan sols un holograma?

David Quincoces

SHOES: Natalio Martín

Website: www.nataliomartin.com

Contact: nataliom.shoes@gmail.com

ACCESSORIES: Paco Rivas

Website: pacorivas.blogspot.com

Contact: pcko.rivas@gmail.com



Frontera Bekenstein

El cielo abierto, un momento antes de la tormenta, destellos plateados y la descomposición de la luz en una gota de agua.

Todo puede ser concebido, dicho, hecho, transmitido.

Desdibujando las fronteras.

Toda la materia queda absorbida, estas viajando a través de agujeros negros, a través de otras dimensiones y un momento antes de desaparecer eres disparado a la velocidad de la luz.

Una imagen que se escapa de sus límites.

¿Y si el universo que contemplamos fuera tan solo un holograma?

David Quincoces

SHOES: Natalio Martín

Website: www.nataliomartin.com

Contact: nataliom.shoes@gmail.com

ACCESSORIES: Paco Rivas

Website: pacorivas.blogspot.com

Contact: pcko.rivas@gmail.com



Bekenstein bound

The sky opened, a moment before the storm, silver sparkles and the decomposition of the light in a raindrop.

Everything can be conceived, can be said, can be made, can be passed on.

Blurring the boundaries.

All matter is absorbed, you are travelling through black holes, through other dimensions and a moment before disappearing, you are shot out at the speed of Light.

An image that escapes out of its limits.

David Quincoces

SHOES: Natalio Martín

Website: www.nataliomartin.com

Contact: nataliom.shoes@gmail.com

ACCESSORIES: Paco Rivas

Website: pacorivas.blogspot.com

Contact: pcko.rivas@gmail.com



Dissenyador / diseñador / designer:
Luis Manteiga

Marca comercial / commercial brand:
Luis Manteiga

Adreça / dirección / address:
Escudellers, 6 1º 1ª 2ª
08002 Barcelona (SP)
Telèfon: +34 685 372 094
www.luismanteiga.com
luis@luismanteiga.com

MANUEL BOLAÑO

27 / 01 / 2012 - 17,30h

Biografia / Biografía / Biography

Va néixer a Barcelona, però es va criar a Galícia.

El 2002 es trasllada a Barcelona i allà estudia Moda a l'Escola Superior de Disseny i Moda Felicidad Duce.

El 2007 guanya el premi de la seva promoció a la millor col·lecció al Bread & Butter de Barcelona.

Participa a la Pasarela Abierta de Murcia i guanya premis als concursos de Joves Creadors de Madrid, al Festival Noovo de Santiago de Compostela i és seleccionat per participar en el Projecte Bressol de la Generalitat de Catalunya.

Des del 2008 presenta els seus dissenys en el marc del 080 Barcelona Fashion i ha estat guanyador del premi a la millor col·lecció femenina en dues ocasions.



Nacido en Barcelona, pero criado en Galicia.

En 2002 se traslada a Barcelona, donde estudia Moda en la Escuela Superior de Diseño y Moda Felicidad Duce.

En 2007 gana el premio de su promoción a la mejor colección en Bread & Butter Barcelona.

Participa en la Pasarela Abierta de Murcia y gana premios en los concursos de Jóvenes Creadores de Madrid, en el Festival Noovo de Santiago de Compostela y es seleccionado para participar en el Projecte Bressol de la Generalitat de Catalunya.

Desde el 2008 desfila dentro del marco del 080 Barcelona y fue ganador del premio a la mejor colección femenina en dos ocasiones.



He was born in Barcelona but grew up in Galicia.

In 2002 he moved to Barcelona, where he studied Fashion at the Escuela Superior de Diseño y Moda Felicidad Duce.

In 2007, he won the prize for the best collection at Bread & Butter Barcelona.

He took part in the Pasarela Abierta in Murcia and won prizes at the Young Creators Competition in Madrid and at the festival Noovo in Santiago de Compostela, and was selected to take part in the Government of Catalonia's Projecte Bressol. Since 2008, he shows in the 080 Barcelona Fashion and he has been the winner of the best women's collection twice.





MANUEL BOLAÑO

ARTISAN DEPUIS 2008

Col·lecció / Colección / Collection

Un milió de promeses, un milió de cicatrius

Minuts de decadència en els buits de la teva felicitat. Dir no al plaer, devorar els justos, crear cicatrius en jardins d'esperança. No hi ha gaires coses per estimar, massa cansat per odiar avui, sento el buit, sento el minut que neix i que ja comença a morir. El que tremola, el que tem, el que pateix és l'únic que necessita un milió de cicatrius. Adoraria rendir-me, adoraria viure aquesta mentida. Salutacions d'un home mort.



Un millón de promesas, un millón de cicatrices

Minutos de decadencia en los agujeros de tu felicidad. Decirle no al placer, devorando a los justos, creando cicatrices en jardines de esperanza. No queda mucho que amar, demasiado cansado para odiar hoy, siento el vacío, siento el minuto que nace y ya comienza a morir. El que tiembla, el que teme, el que sufre es el único que necesita un millón de cicatrices. Adoraría rendirme, adoraría vivir esta mentira. Saludos, de un hombre muerto.



A million of promises, a million of scars

Minutes of decadence in your happiness' holes. Refusing pleasure, devouring fair people, causing scars on grounds of hope. Not much to love, too tired today to hate. I feel the emptiness, I feel the minute when it is born and it promptly begins to die. The one who trembles, the one who fears, the one who suffers is the only one who needs a million scars. I'd love giving up, I'd love to live this lie. Greetings from a dead man.



Dissenyador / diseñador / designer:
Manuel Bolaño Gómez

Marca comercial / commercial brand:
Manuel Bolaño

Adreça / dirección / address:
Aragó, 344, 3º 1ª
08009 Barcelona (SP)
Telèfon: +34 687 644 750
www.manuelbolano.com
info@manuelbolano.com

MARTINEZ LIERAH

27 / 01 / 2012 - 13,00h

Biografia / Biografía / Biography

Daniel Lierah i Arturo Martínez són els dissenyadors que hi ha darrere la firma Martinez Lierah. Tots dos van estudiar en escoles de moda i disseny de Catalunya (Felicidad Duce i Elisava) i després van estudiar al prestigiós IFM de París. A París van tenir l'oportunitat de col·laborar amb Louis Vuitton i Sergio Rossi, en el desenvolupament d'una col·lecció de sabates per a aquestes prestigioses marques. Després d'adquirir una valuosa experiència a l'Atelier d'Alexis Mabille i de diverses col·laboracions amb l'equip comercial de Rick Owens, l'any 2010 van establir el seu estudi a París, amb la finalitat de consolidar el seu projecte de disseny. Actualment estan treballant en la seva tercera col·lecció.



Daniel Lierah y Arturo Martínez son los diseñadores tras la firma Martinez Lierah. Los dos estudiaron en escuelas de moda y diseño en Catalunya (Felicidad Duce y Elisava) y después estudiaron en el prestigioso IFM de París. En París tuvieron la oportunidad de colaborar con Louis Vuitton y Sergio Rossi desarrollando una colección de zapatos para las prestigiosas marcas.

Tras adquirir valiosa experiencia en el Atelier de Alexis Mabille y de varias colaboraciones en el equipo comercial de Rick Owens, Arturo y Daniel establecieron su estudio en París en el 2010 con el fin de consolidar su proyecto de diseño. Actualmente trabajan en su tercera colección.



Daniel Lierah and Arturo Martínez are fashion designers of the Martinez Lierah company. They both studied at fashion and design schools in Catalonia (Felicidad Duce and Elisava). Afterwards, they studied at the well-known IFM in Paris. In Paris, they had the opportunity to collaborate with Louis Vuitton and Sergio Rossi by developing a shoes collection for these prestigious brands. In 2010, after having gained valuable experience in the Atelier de Alexis Mabille and other collaborations in the commercial team of Rick Owens, and with the purpose of consolidating their design project, Arturo and Daniel established their study in Paris. Nowadays, they are working in their third collection.





MARTINEZ LIERAH

Col·lecció / Colección / Collection

Dissolving memory

La inspiració per a aquesta col·lecció és la idea de la memòria dissolent.

Quan s'esdevé un esdeveniment molt traumàtic, al principi la memòria reté el record d'una manera molt viscuda. A mesura que passa el temps, aquesta memòria comença a desaparèixer. Amb el temps la memòria canvia tant que comença a convertir-se en un succés diferent, cosa que la memòria i la persona són capaces de suportar millor.

La realitat és que l'esdeveniment va succeir d'una manera, però la memòria és incapaç de retenir-ne la informació exacta.

Es podria dir que la ment es col·lapsa i comença a enviar missatges erronis.



Dissolving memory

La inspiración para esta colección es la idea de la memoria disolviendo.

Cuando ocurre un acontecimiento muy traumático, al principio la memoria retiene el recuerdo de manera muy vívida. Conforme pasa el tiempo esta memoria empieza a desaparecer. Con el tiempo la memoria cambia tanto que empieza a convertirse en un suceso diferente, hecho que tanto memoria como persona son capaces de soportar mejor.

La realidad es que el acontecimiento sucedió de una manera pero la memoria es incapaz de retener la información exacta.

Podríamos decir que la mente se colapsa y empieza a enviar mensajes erróneos.



Dissolving memory

The inspiration for this collection is the idea of dissolving memory.

When a very traumatic event happens, at first, memory retains the memories in a lively way. As time passes memory begins to fade. As time goes by, memory changes so that it starts to become a different incident, which is easier to endure for the memory and the person.

The fact is that the event happened in a certain way but our memory is unable to retain accurate information.

One could say that the mind collapses and begins to send erroneous messages



Dissenyador / diseñador / designer:
Daniel Lierah, Arturo Martínez

Marca comercial / commercial brand:
Martinez Lierah

Adreça / dirección / address:
46 rue Durantin
75018 Paris, France
Téléfon: +33 148 073 649
www.martinezlierah.com
info@martinezlierah.com

MIRIAM PONSÀ

26 / 01 / 2012 - 13,00h

Biografia / Biografía / Biography

La firma MIRIAM PONSÀ es reconeix per la seva investigació amb textures i per l'aplicació de tècniques artesanals. Amb l'obertura de les seves pròpies botigues a Barcelona (c/Princesa, 14 i c/Elisabets, 20) MIRIAM PONSÀ plasma el seu món, estampa la seva empremta i dóna forma a un espai totalment personal, vital per entendre en la seva totalitat el projecte MIRIAM PONSÀ. La col·lecció MIRIAM PONSÀ ha estat guardonada últimament amb el premi 080 Barcelona Fashion 2010 a la millor col·lecció de dona Tardor-Hivern 2010-2011 i amb el premi especial 080 Barcelona Fashion 2011 a la col·lecció de dona Tardor-Hivern 2011-2012, atorgat per la Federació Francesa del Prêt-à-Porter Femení a la col·lecció 080 amb més potencial comercial.



La firma MIRIAM PONSÀ se reconoce por su investigación en texturas y por la aplicación de técnicas artesanales. Con la apertura de sus propias tiendas en Barcelona (calle Princesa, 14 y calle Elisabets, 20) MIRIAM PONSÀ plasma su mundo, estampa su huella y da forma a un espacio totalmente personal, vital para entender en su totalidad el proyecto MIRIAM PONSÀ. La colección de MIRIAM PONSÀ ha estado galardonada últimamente con el premio 080 Barcelona Fashion 2010 a la mejor colección de mujer Otoño-Invierno 2010-2011 y el premio especial 080 Barcelona Fashion 2011 a la colección de mujer Otoño-Invierno 2011-2012, otorgado por la Federación Francesa de prêt-à-porter a la colección 080 con mayor potencial comercial.



The firm MIRIAM PONSÀ is known for its research into textures and the use of handcrafted techniques. With the opening of her own shops in Barcelona (c/ Princesa, 14 and c/ Elisabets, 20) MIRIAM PONSÀ has brought her world to life, leaving her mark and giving shape to a totally personal space, vital for understanding the MIRIAM PONSÀ project as a whole. MIRIAM PONSÀ'S collection has recently been awarded the prize for 080 Barcelona Fashion 2010 to the best 2010-2011 Fall-Winter Women's Collection, as well as the 2011 080 Barcelona Fashion special prize to the Fall-Winter 2011-2012 Women's Collection, awarded by the French Federation of prêt-à-porter to the 080 collection with the highest business potential.





MIRIAM PONSA 

Col·lecció / Colección / Collection

Boletaires

Aquesta col·lecció vol transportar-nos al món boletaire des d'un punt de vista avantgardista i, alhora, antic.

La descomposició i, per tant, erosió del bolet s'ha treballat fusionant teixits semblants i tintant en degradat part de les peces. El patronatge juga a favor de les formes i intenta captar el volum mitjançant prisats i costures irregulars. S'aposta pels teixits tridimensionals per apropar-nos al món de les formes.

Els teixits trenats i la teixidura a mà es treballen per donar volum i ens acosten a la recol·lecta manual dels bolets.

L'ambient rural es reflexa mitjançant la gamma de colors, els quadres dels teixits, els jerseys tricotats a mà i les formes àmplies. La terra és una de les protagonistes d'aquesta col·lecció, que ret homenatge als/les boletaires: així, doncs, hi trobarem colors terrosos i ambients ombrívols.



Buscadores de setas

Esta colección quiere transportarnos al mundo de los buscadores de setas desde un punto de vista vanguardista y a la vez tradicional.

La descomposición –y por tanto la erosión– de la seta se ha trabajado fusionando tejidos parecidos y tiñendo en degradado parte de la piezas. El patronaje juega a favor de las formas e intenta captar el volumen mediante plisados y costuras irregulares. Se apuesta por los tejidos tridimensionales para acercarnos al mundo de las formas. Los tejidos trenzados y el tejido a mano se trabajan para dar volumen y nos acercan a la recogida manual de las setas.

El ambiente rural se refleja mediante la gama de color, los cuadros de los tejidos, los jerseys tricotados a mano y las formas amplias.

La tierra es una de las protagonistas de esta colección que rinde homenaje a los/las buscadores de setas, así pues colores terrosos y ambientes sombríos.



Mushrooms collectors

This collection aims to transport us up to the mushrooms world from an avant-guard and traditional approach.

The descomposition –and so the erosion– of the mushroom has been worked by fusing similar fabrics and dying in degraded some areas of the pieces.

The pattern design looks for and finds the forms, and tries to catch the volume by pleated and irregular seams. A bet for the three-dimensional fabrics is the way to approach to the shapes world. The plaited fabrics and the handmade texture provide volume and get us closer to the mushrooms handbook.

The rural environment is reflected in the range of colours, the fabrics, the knitted jumpers and the wide shapes.

The land is one of the keys of this collection, that pays tribute to the collectors of mushrooms, with are ochre colours and shaded atmospheres.



Dissenyador / diseñador / designer:
Miriam Ponsa

Marca comercial / commercial brand:
Miriam Ponsa

Adreça / dirección / address:
Bruc, 25
08241 Manresa, Barcelona (SP)
Telèfon: +34 938 721 758
Fax: +34 938 728 753
www.miriamponsa.com
info@miriamponsa.com

MONTSE LIARTE

25 / 01 / 2012 - 20'00h

Biografia / Biografía / Biography

Montse Liarte és diplomada en Disseny de Moda per l'escola BAU (2006) i va completar els seus estudis amb cursos de Sastreria i Perfeccionament de Tècniques de Costura. Va treballar amb Elisa Amann, en la segona línia de Josep Font i també per Desigual. L'any 2007 va guanyar el premi ModaFAD a la millor col·lecció 2007 i el Premi Gilles-Rosier París. El 2008 es trasllada a París. Allà entra a formar part de l'equip del dissenyador Lutz i treballa en diferents àrees. L'any 2009 crea la seva pròpia marca, Montse Liarte, que presenta una línia personal, estructurada i sobria, on els valors tradicionals del vestir es transformen cap a un estil modern, mitjançant la sastreria, i donant al detall la importància que es mereix. Col·leccions presentades al 080 Barcelona Fashion: Primavera-Estiu 2010, "Passé Recomposé"; Tardor-Hivern 2010-2011, "Fly the bird's way"; Primavera-Estiu 2011, "Focal Point"; Tardor-Hivern 2011-2012, "Fractal", i Primavera-Estiu 2012, "Friction".



Montse Liarte está diplomada en Diseño de moda por la escuela BAU (2006) y completó sus estudios con cursos de sastrería y perfeccionamiento de técnicas de costura. Trabajó con Elisa Amann, en la segunda línea de Josep Font y también para Desigual. El 2007 ganó el premio ModaFAD a la mejor colección 2007 y el premio Gilles-Rosier París. En 2008 se traslada a París siendo parte del equipo del diseñador Lutz y colaborando en diversas áreas. En el año 2009 crea su propia marca, Montse Liarte, que presenta una línea personal, estructurada y sobria, en la que los valores tradicionales del vestir se transforman en un estilo moderno, utilizando la sastrería y dando al detalle la importancia que se merece. Colecciones presentadas en el "080 Barcelona Fashion": Primavera-Verano 2010, "Passé Recomposé"; Otoño-Invierno 2010-2011, "Fly the bird's way"; Primavera-Verano 2011, "Focal Point"; Otoño-Invierno 2011-2012, "Fractal", y Primavera-Verano 2012, "Friction".



Montse Liarte graduated in Fashion Design from the BAU School in 2006. She rounded out her studies with courses in tailoring and advanced sewing techniques. She worked with Elisa Amann for Josep Font's second line and for Desigual.

In 2007 she won the ModaFAD Prize for the best 2007 collection as well as the Gilles-Rosier Prize Paris.

In 2008 she moved to Paris, where she worked for the fashion designer Lutz in different sections.

In 2009 she created her own brand, "Montse Liarte", based on a personal structured sober line, in which traditional values of dressing are transformed into a modern style, using tailoring and giving details the importance they merit.

Collections which have been presented at the 080 Barcelona Fashion: Spring-Summer 2010, "Passé Recomposé"; Fall-Winter 2010-2011, "Fly the bird's way"; Spring-Summer 2011, "Focal Point"; Fall-Winter 2011-2012, "Fractal" and Spring-Summer 2012, "Friction".





**'MONTSE
LIARTE'**

Col·lecció / Colección / Collection

Desert Rose Vs. Natural Rose

Per què dos elements tan diferents tenen el mateix nom?

Una d'elles és definida com a fràgil, fresca, delicada, viva, acolorida. L'altra, forta, àrida, dura, sense vida. Dues descripcions i visions totalment diferents però que comparteixen el mateix nom: el nom de rosa com a definició de dues classes de bellesa totalment contràries en la seva essència, però igual de boniques als ulls dels homes.

Matisos contraris però amb el mateix nexa d'unió, dues representacions totalment diferents amb el mateix nom. Aquests matisos es plasmen en la col·lecció i integren aquests dos vessants oposats dins de la mateixa peça, de tal manera que l'un complementa l'altre i s'harmonitzen per formar la peça, amb colors que van de la duresa i sobrietat del negre a la suavitat del maquillatge, en sedes i llanes.



Desert Rose Vs. Natural Rose

¿Por qué dos elementos tan distintos tienen el mismo nombre?

Una se define como frágil, fresca, delicada, viva, colorida. La otra, fuerte, árida, dura, sin vida. Dos descripciones y visiones totalmente distintas pero que comparten el mismo nombre, el nombre de rosa como definición de dos tipos de belleza totalmente contrarias en su esencia, pero igual de bellas a los ojos de los hombres.

Matices contrarios pero con el mismo nexo de unión, dos representaciones totalmente distintas con el mismo nombre. Estos matices se plasman en la colección, integrando estas dos vertientes opuestas dentro de la propia prenda, de forma que una complementa a la otra y se armonizan para formar la prenda, en colores que van de la dureza y sobriedad del negro a la suavidad del maquillaje, en sedas y lanas.



Desert Rose Vs. Natural Rose

Why two such different elements have the same name?

One is defined as fragile, fresh, delicate, lively and colourful. The other, strong, dry, hard, lifeless. Two completely different descriptions and visions that share the same name, the name of rosa as a definition of two completely opposite types of beauty in their essence, but just as beautiful in the eyes of men.

Opposed shades with the same link, two completely different representations with the same name.

These nuances are reflected in the collection, integrating these two opposite sides into the garment, so that one complements the other and the blend to form the garment, colours ranging from sobriety and hardness' black to the makeup softness, in silks and wools.



Dissenyador / diseñador / designer:
Montse Liarte

Marca comercial / commercial brand:
Montse Liarte

Adreça / dirección / address:
Taxdirt, 57-59, esc:5, Local:2
08025 Barcelona (SP)
Telèfon: +34 679 272 467
www.montseliarte.com
info@montseliarte.com

SCHIPPER ARQUES

27 / 01 / 2012 - 10,00h

Biografia / Biografía / Biography

Boris Schipper va néixer a Holanda i Tomàs Pedrosa Arques a Bèlgica. La marca SCHIPPER/ARQUES es va fundar a Bèlgica el 2008. La col·lecció SCHIPPER/ARQUES celebra la forma i la textura en una sèrie que utilitza contrastos forts entre l'estructura i la fluïdesa, i combina influències underground amb tècniques d'alta costura per als acabats. La capacitat d'utilitzar la roba per perfilar una silueta constitueix el fonament de cada col·lecció.

Schipper i Pedrosa Arques van començar a treballar junts el 1998 com a estilistes per a clubs, desenvolupant vídeos musicals i moda per a clients privats d'alt nivell a tot el món.

El seu enfocament conceptual i el seu relat contracultural expliquen, com una opinió oberta, la comunicació visual en la seva totalitat, i el maquillatge és una part essencial de la identitat d'aquesta marca.



Boris Schipper nació en Holanda y Tomas Pedrosa Arques en Bélgica. La marca SCHIPPER/ARQUES se fundó en Bélgica en 2008. La colección SCHIPPER/ARQUES celebra la forma y la textura en una serie que utiliza fuertes contrastes entre la estructura y la fluidez, y combina influencias underground con técnicas de alta costura para los acabados. La capacidad de utilizar la ropa para perfilar una silueta constituye el fundamento de cada colección.

Schipper and Pedrosa Arques empezaron a trabajar juntos en 1998 como estilistas para clubs, desarrollando vídeos musicales y moda para clientes privados de alto nivel en todo el mundo.

Su enfoque conceptual y su relato contracultural narran, tan bien como una opinión abierta, la comunicación visual en su totalidad, y el maquillaje es parte esencial de la identidad de esta marca.

Boris Schipper was born in the Netherlands and Tomas Pedrosa



Arques in Belgium, the SCHIPPER/ARQUES label was formed in Belgium in 2008. The SCHIPPER/ARQUES collection is about celebrating shape and texture in a collection using strong contrasts between structure and fluidity, combining underground influences with couture finishing techniques. The power to use clothing to shape a silhouette form the foundation for every collection.

Schipper and Pedrosa Arques started working together in 1998 as stylists for clubs, music videos and fashion, evolving to attending high level private clients worldwide.

Their conceptual approach and counterculture story telling as well as an outspoken opinion about all visual communication and make-up are an essential part of the brand identity.





SCHIPPER/ARQUES

Col·lecció / Colección / Collection

Dorian

“Hi havia moments en què el mal li semblava simplement un mitjà per realitzar la seva concepció de la bellesa.”

El retrat de Dorian Gray

De la mateixa manera que les col·leccions prèvies han estat una exploració de la transformació i la dominació del cos, les següents cinc col·leccions SCHIPPER/ARQUES exploraran l'ànima. Hem arribat a ser capaços d'esborrar tots els signes visibles de l'edat a través de la cirurgia plàstica, injeccions o píndoles, però no podem esborrar els records, la història, o la vida; no importa que aparentis ser jove, mai no deixaràs anar el llast de la vida. La col·lecció es centra en el contrast entre els talls molt marcats de la joventut i l'apreciació de la bellesa que arriba amb l'edat. Colors atenuats i transparents i estructures metàl·liques amb matisos terrosos, rerefons animals són la base de la col·lecció.



Dorian

“Momentos había en que el mal le parecía simplemente un medio de realizar su concepción de la belleza”

El retrato de Dorian Gray

Igual que las colecciones previas han sido una exploración de la transformación y la dominación del cuerpo, las siguientes cinco colecciones SCHIPPER/ARQUES explorarán el alma. Hemos llegado a ser capaces de borrar todos los signos visibles de la edad utilizando la cirugía plástica, inyecciones o píldoras, pero no podemos borrar los recuerdos, la historia, o la vida; no importa lo joven que aparentes ser, nunca soltarás el lastre de la vida. La colección se centra en el contraste entre los cortes muy marcados de la juventud y la apreciación de la belleza que llega con la edad. Colores atenuados y transparentes y estructuras metálicas con matices terrosos y animales son la base de la colección.



Dorian

“There were moments when he looked on evil simply as a mode through which he could realize his conception of the beautiful.”

The picture of Dorian Gray

As the previous collections have been an exploration of transforming and restraining the body, the next five SCHIPPER/ARQUES collections will be exploring the soul. We are on the verge of being able to erase all visible signs of aging using plastic surgery, injections or pills, but we cannot erase memories, history, or life, so no matter how young you will appear to be, never will you loose the burden of life. The collection will focus on a contrast between the strong cuts of youth and the appreciation for beauty that comes with age. Subdued transparent colors and metallic structures with earthy, animal undertones are the basis of the collection.



Dissenyador / diseñador / designer:
Boris Schipper,
Tomas Pedrosa Arques

Marca comercial / commercial brand:
Schipper Arques

Adreça / dirección / address:
Kattegatstraat, 6
3500 Hasselt, Belgium
Telèfon: +32 (0) 498 335 063
www.shipperarques.com
tomas@shipperarques.com

SOLOLAVERDADESSEXY

26 / 01 / 2012 - 16,00h

Biografia / Biografía / Biography

SOLOLAVERDADESSEXY és una marca creada per Bernardino Cervigon Avellanas, un dissenyador format a la Facultat de Belles Arts de Conca. Sololaverdadessexy neix l'any 2000 com un projecte d'art, que té, com a motor d'expansió, les seves línies de moda. L'art té avui en el logotip un mitjà d'expressió amb gran capacitat comunicativa. "Sol.o" abasta l'estudi de la marca Sololaverdadessexy sobre el vestir/moda. Són preguntes i respostes davant la situació actual. Per a més informació: www.sololaverdadessexy.com



SOLOLAVERDADESSEXY, marca creada por Bernardino Cervigon Avellanas, formado en la facultad de Bellas Artes de Cuenca, nace como proyecto de arte en el año 2000, teniendo como motor de expansión sus líneas de moda. El arte tiene hoy en el logo un medio de expresión con gran capacidad comunicativa. "Sol.o" abarca el estudio de la marca sololaverdadessexy sobre el vestir/moda. Son preguntas y respuestas ante la situación actual. Para más información: www.sololaverdadessexy.com



SOLOLAVERDADESSEXY is a brand created by Bernardino Cervigon Avellanas, who studied at the Fine Arts College of Cuenca. It started as an arts project in 2000, being expanded by their fashion lines. Nowadays, art has found in logos a means of expression with high communication capacity. "Sol.o" copes with the analysis of the Sololaverdadessexy brand of clothing/fashion. Questions and answers in today's situation. For further information: www.sololaverdadessexy.com





Col·lecció / Colección / Collection

+10

“+10” és la 4^a col·lecció en la qual ens reafirmem en la nostra filosofia i seguim avançant. CAP PATRÓ: patronatge conceptual; la confecció de la peça parteix d'allò unidimensional, amb la utilització de la tela com a únic pla, utilitzant talls i acabats com a eines per convertir-lo en 3D. UP IN DOWN: la transformació d'una peça i el seu canvi de posició en el cos. BÀSICS: reinterpretació dels patrons de la col·lecció “10”. 2a PELL: el desenvolupament del concepte de peça íntima, amb teixit tulle stretch de color carn, creant peces bàsiques.



+10

“+10” es la 4^a colección, donde nos reafirmamos en nuestra filosofía y seguimos avanzando. NO PATRÓN: patronage conceptual; la confección de la prenda parte de lo uni-dimensional usando la tela como único plano, utilizando cortes y acabados como herramientas y convirtiéndolo en 3-D. UP IN DOWN: la transformación de una prenda y su cambio de posición en el cuerpo. BÁSICOS: reinterpretación de los patrones de la colección “10”. 2^a PIEL: el desarrollo del concepto de prenda íntima con tejido tulle stretch en color carne creando piezas básicas.



+10

“+10” is the 4th collection, where we reaffirm our philosophy and we continue moving forward. NO PATTERN: conceptual patronage, the garment conception starts from the uni-dimensional using the fabric as a single plane, using cuts and finishes as tools, converting it into 3D. UP IN DOWN: the garment transformation and its change of position in the body. BASICS: reinterpretation of the collection patterns “10”. 2nd SKIN: the development of the underwear concept with tulle stretch fabric in flesh colour creating basic pieces.



Dissenyador / diseñador / designer:
Bernardino Cervigon Avellanas

Marca comercial / commercial brand:
Sololaverdadessexy

Adreça / dirección / address:
Diputació, 174 1^o 1^a
08010 Barcelona (SP)
Telèfon: + 34 619 225 128
www.sololaverdadessexy.com
todoyalavez@gmail.com

TONI FRANCESC

27 / 01 / 2012 - 15,30h

Biografia / Biografía / Biography

Toni Francesc va estudiar a l'Institut de la Moda de Barcelona i de seguida es va posar a treballar a l'empresa familiar on, més tard, crearia la seva pròpia línia. Va presentar la seva primera col·lecció a la Fashion Week de Mèxic i al Bread & Butter del 2007, on va destacar pel seu estil fresc i dinàmic, amb peces molt funcionals, pensades per a una dona molt moderna, urbana i sofisticada.

Toni Francesc busca la inspiració en la quotidianitat, al carrer i en la gent i, després, al seu estudi, interpreta allò que veu. D'aquesta manera sorgeixen algunes de les seves col·leccions més personals, com "Sentiments" o "Water's Mood", a través de les quals dona un missatge humà i proper.

Toni Francesc basa el seu treball en l'experimentació, des dels teixits fins als patrons: "Vull aconseguir la senzillesa i a la vegada l'impossible: que una peça sembli fàcil tot i que no ho sigui." El seu estil es reconeix per l'ús de colors sobris i volums destacats i desafiadors,

però ressalta, també, la part més femenina de la dona.

Actualment presenta les seves col·leccions a les passarel·les de Barcelona i Mèxic, tot i que també ha desfilat a Nova York, a Madrid i a Rússia.



Toni Francesc estudió en el Instituto de la Moda de Barcelona y enseguida se puso a trabajar en la empresa familiar en la que, más tarde, crearia su propia línea. Presentó su primera colección en la Fashion Week de Méjico y en la Bread & Butter en el 2007, destacando un estilo fresco y dinámico con prendas muy funcionales pensadas para una mujer muy moderna, urbana y sofisticada.

Toni Francesc busca la inspiración en la cotidianidad, la calle y la gente, para, a continuación interpretar lo que ve en su estudio. De aquí sus nuevas colecciones más personales como "Sentiments" o "Water's Mood", a través de las cuales transmite un mensaje humano y cercano.

Toni Francesc basa su nuevo trabajo en la experimentación, desde los tejidos finos a los patrones: "quiero conseguir la sencillez y a la vez lo imposible, que una prenda parezca fácil aunque no lo sea" y su estilo se reconoce en colores sobrios y volúmenes destacados y desafiantes, pero destacando la parte más femenina de la mujer.

Actualmente presenta sus nuevas colecciones en las pasarelas de Barcelona y Méjico, aunque también ha desfilado en Nueva York, Madrid y Rúsia.



Toni Francesc studied at the Institut de la Moda de Barcelona. Without more ado, he started working for the family firm where he would afterwards create his own line.

He presented his first collection at the Mexico Fashion Week and at the Bread & Butter 2007, which featured a fresh, dynamic style with very functional garments designed for the modern, urban, sophisticated woman.

Toni Francesc looks for inspiration in everyday things, in the streets and in people, and then interprets what he sees in his studio. This has been the source of some of his most personal collections, such as "Sentiments" and "Water's Mood", through which he communicates a human, approachable message.

Toni Francesc bases his work on experience, and his style is recognisable for its sober colours and accentuated, challenging volumes, that highlight the most feminine part of a woman.

He currently presents his collections on the runways of Barcelona and Mexico, although he has also shown in Madrid and Russia.





Toni Francesc

Col·lecció / Colección / Collection

Aeternus

“Un reflex de llum on abans hi havia una foscor eterna. Records d’infantesa que apareixen i s’esvaeixen subtilment. Memòries que se’ns queden a dins per sempre.”

Toni Francesc, per a la Tardor-Hivern 2012-2013, necessita els seus records i experiències per seguir creixent amb il·lusió.

La col·lecció “Aeternus” s’inspira en mansions abandonades i en jardins secrets plens de memòries. Recupera objectes de bellesa clàssica i velles joguines polsegoses pel pas del temps que tots nosaltres desam a les golfes.

Sentim nostàlgia pels bons moments, els primers amors, les velles amistats, els petits secrets que interioritzem eternament i perseguim sentiments positius.



Aeternus

“Un reflejo de luz donde antes había una oscuridad eterna. Recuerdos de la infancia que aparecen y se esfuman sutilmente. Memorias que se nos quedan dentro para siempre”

Toni Francesc para el Otoño-Invierno 2012-2013 necesita sus recuerdos y experiencias para continuar creciendo con ilusión.

La colección “Aeternus” se inspira en mansiones abandonadas y jardines secretos llenos de memorias. Recupera objetos de belleza clásica y viejos juguetes polvorientos por el paso del tiempo, que todos nosotros guardamos en el desván.

Sentimos nostalgia por los buenos momentos, los primeros amores, las viejas amistades, los pequeños secretos que interiorizamos eternamente y perseguimos sentimientos positivos.



Aeternus

“A light reflection where there was eternal darkness. Childhood memories that appear and subtly fade. Reports that remain forever”

Toni Francesc for Fall-Winter 2012-2013 needs their memories and experiences to continue growing with enthusiasm.

The collection “Aeternus” is inspired by abandoned houses and secret gardens full of memories. It retrieves objects of classic beauty and old toys which are now dusty that we all keep in the attic.

We feel nostalgia for good times, first loves, old friends, little secrets that we internalize forever and we pursue positive feelings.



Dissenyador / diseñador / designer:
Toni Francesc Ortega Segura

Marca comercial / commercial brand:
Toni Francesc

Adreça / dirección / address:
Juli Galve Brusson, 9-11
08918 Badalona, Barcelona (SP)
Telèfon: +34 934 605 668
Fax: +34 933 995 942
www.tonifrancesc.com
laura@tonifrancesc.com

WHO

26 / 01 / 2012 - 18,00h

Biografia / Biografía / Biography

Laia Roca va crear la marca WHO l'any 2000.

Prové d'una família amb una llarga tradició en el món del tèxtil i, ja des de petita, li va ser fàcil descobrir que la moda seria el seu motor de vida.

Les col·leccions de WHO són fàcilment identificables, dins del seu estil, pels detalls, volums, teixits... que sempre segueixen una línia personal estructurada i sobria. WHO ha estat present a fires nacionals (Gaudí, CIRCUIT i Cibeles) i internacionals (White a Milà, i Who's Next a París).



Laia Roca creó la marca WHO el año 2000.

Viene de una familia con una larga tradición en el mundo textil. Ya desde pequeña le fue fácil descubrir que el mundo de la moda sería el motor de su vida.

Las colecciones de WHO son fácilmente identificables dentro de su estilo, por los detalles, volúmenes, tejidos... siempre a base de una línea personal estructurada y sobria.

WHO ha estado presente en ferias internacionales (Gaudí, Circuit y Cibeles) e internacionales (White en Milán y Who's next en París).



Laia Roca created the WHO brand in 2000.

Her family has a long-standing tradition in the textile world. When she was only a child, she already knew that fashion would be the driving force in her life.

The WHO collections are easily identifiable inside her style, because of details, volumes, fabrics... always following a structured and sober personal line.

WHO is present in national (Gaudí, Circuit and Cibeles) as well as in international (White in Milan and Who's next in Paris) shows.





who

Col·lecció / Colección / Collection

“SUITE ON CLOUDS”

“Suite on clouds” és per a Who un moment de desconexió, paisatges eteris que recrea dins del seu cap, quan t’allunyes del món i els teus peus ja no trepitgen el terra. Aquella sensació de fred, de foscor, en què la llum s’intenta obrir camí, apareixent i desapareixent, envaeix els nostres somnis encara per construir, que són com llenços blancs per pintar, on les rialles, els dubtes i les pors poden esdevenir. No importa com somiïs, en el fons tots ho fem.

La col·lecció d’hivern 2012 recrea aquesta sensació d’evasió, mitjançant volums envoltants, siluetes àmplies, una paleta de colors foscos amb només algun punt de llum en groc i blanc, teixits càlids, jocs amb figures geomètriques i línies pures. Envaeix de tranquil·litat totes les seves peces.



“SUITE ON CLOUDS”

“Suite on Clouds” es para Who un momento de desconexión, paisajes etéreos que recrea dentro de su cabeza, cuando te alejas del mundo y tus pies ya no pisan el suelo. Esa sensación de frío, de oscuridad, dónde la luz se intenta abrir paso apareciendo y desapareciendo, invade nuestros sueños aún por construir, siendo lienzos blancos por pintar, donde la risa, las dudas y los miedos pueden tener lugar. No importa como sueñes, en el fondo todos lo hacemos.

La colección de invierno 2012 recrea esta sensación de evasión mediante volúmenes envolventes, siluetas amplias, una paleta de colores oscuros con sólo algún punto de luz en amarillo y blanco, tejidos cálidos, juegos con figuras geométricas y líneas puras. Invadiendo de tranquilidad todas sus piezas.



“SUITE ON CLOUDS”

For Who, “Suite on Clouds” is a moment to switch off, ethereal landscapes are recreated inside the head, when you move away from the world and your feet don’t touch the ground anymore. The cold and darkness feeling invades our under construction dreams, that are white linens yet to paint, in which the laugh, doubts and fears can arise. It doesn’t matter how do you dream, as we all do it.

The Winter 2012 Collection embodies this breakout feeling with evolving volumes, roomy silhouettes, a dark range of colours with some white and yellow lives that add a point of light, hot fabrics, and combinations of geometrical shapes and pure lines. All the garments are invaded by the calm.



Dissenyador / diseñador / designer:
Laia Roca

Marca comercial / commercial brand:
Who

Adreça / dirección / address:
Josep Miquel Quintana, 7
08950 Esplugues del Llobregat,
Barcelona (SP)
Telèfon: +34 933 721 112
Fax: +34 93 372 17 61
www.who-bcn.com
who.laiaroca@gmail.com

YIORGOS ELEFTHERIADES

27 / 01 / 2012 - 12,00h

Biografia / Biografía / Biography

Les col·leccions de Yiorgos Eleftheriades s'han exposat a Atenes, París i Barcelona. La seva filosofia es basa en l'amor que sent per les formes clàssiques. En la seva recerca de l'elegància contemporània, aspira a crear un estil urbà veritablement alternatiu, amb formes interessants, sastreria de qualitat i combinacions experimentals de teles i textures. La principal idea subjacent en la seva percepció és la intemporalitat que travessa les estacions de l'any i la unió sofisticada però desenfadada del dia i la nit. La roba pot semblar minimalista i audaçment perfilada quan es vesteix a joc, però també es pot portar amb un estil neoromàntic més senzill i suau, amb la juxtaposició de teixits i contorns. Posseïdor d'una consciència mediambiental, ha utilitzat teixits naturals i ecològics durant la seva trajectòria professional. Més informació a www.yiorgoseleftheriades.com.



Las colecciones de Yiorgos Eleftheriades se han expuesto en Atenas, París y Barcelona. Su filosofía se basa en el amor que siente por las formas clásicas. En su búsqueda de la elegancia contemporánea, aspira a crear un estilo urbano verdaderamente alternativo, con formas interesantes, sastrería de calidad y combinaciones experimentales de telas y texturas. La principal idea subyacente en su percepción es la intemporalidad que atraviesa las estaciones del año y la unión sofisticada pero desenfadada del día y la noche. La ropa puede parecer minimalista y audazmente perfilada cuando se viste a juego, pero también se puede llevar con un estilo neoromántico más sencillo y suave con la juxtaposición de tejidos y contornos. Poseedor de una conciencia medioambiental, ha utilizado tejidos naturales y ecológicos durante su trayectoria profesional. Más información en www.yiorgoseleftheriades.com.



Yiorgos Eleftheriades' collections have been displayed in Athens, Paris and Barcelona.

His philosophy is based upon his love for classical forms. In his search for contemporary elegance, he aims to create a truly alternative urban style with interesting shapes, quality tailoring and experimental combinations of fabrics and textures. The main idea behind his perception is a trans-seasonal timelessness and a glamorous but cool day-to-night approach.

The clothes might appear minimalistic and boldly outlined when worn matchingly, but can also be worn in a more accessible and softer neo-romantic style with the juxtaposition of fabrics and silhouettes.

Being environmentally conscious, he has been using natural and eco friendly textiles throughout his career.

More info:

www.yiorgoseleftheriades.com





Col·lecció / Colección / Collection

LA RECERCA DE LA POESIA

La col·lecció Tardor-Hivern 2013 de Yiorgos Eleftheriades mostra un retorn als valors de l'elegància que, combinats amb una aproximació estètica contemporània, creen un nou chic "radical".

Els materials tradicionals –tweed, llana i caixmir de ratlla diplomàtica, cuir i pells– amb les formes dinàmiques i les línies netes anhelan trobar una essència de fragilitat poètica en l'actual manera de vestir d'homes i dones.

Aquesta atmosfera ombrívola i una mica melancòlica es complementa de manera prodigiosa amb una calma indolent que procedeix del tall còmode i l'elecció d'una paleta neutral de colors tradicionals.



LA BÚSQUEDA DE LA POESIA

La colección Otoño-Invierno 2013 de Yiorgos Eleftheriades muestra un retorno a los valores de la elegancia que, combinados con una aproximación estética contemporánea, crean un nuevo chic "radical".

Los materiales tradicionales –tweed, lana y cachemir de raya diplomática, cuero y pieles– con las formas dinámicas y las líneas limpias anhelan encontrar una esencia de fragilidad poética en la manera actual de vestir de hombres y mujeres.

Esta atmósfera sombría y un tanto "melancólica" se complementa de forma prodigiosa con una calma "indolente" que procede del corte cómodo y la elección de una paleta neutral de colores tradicionales.



IN SEARCH OF POETRY

Yiorgos Eleftheriades Autum-Winter 2013 Collection, demonstrates a return to the values of elegance which combined with a contemporary aesthetic approach create a new "radical" chic.

Traditional materials -tweed, pin-striped wool and cashmere, leather and fur- in dynamic shapes and clean lines aspire to discover an essence of poetic fragility in the way men and women dress today.

This somber, slightly "melancholic" mood is wonderfully complemented by a 'nonchalant' ease coming from the comfort of the cut and the choice of a neutral 'old-fashioned' color palette.



Dissenyador / diseñador / designer:
Yiorgos Eleftheriades

Marca comercial / commercial brand:
Yiorgos Eleftheriades

Adreça / dirección / address:
13 Agion Anargiron str
105 54 Athens, Greece
Telèfon: +30 210 33 12 622
www.yiorgoseleftheriades.gr
info@yiorgoseleftheriades.gr



MARQUES
MARCAS
BRANDINGS



DESIGUAL

27 / 01 / 2012 - 18,30h

Biografia / Biografía / Biography

Desigual Rainbow és la promesa del naixement d'alguna cosa bona, desprèn felicitat.

És un missatge gravat a l'inconscient col·lectiu, tot i que també apel·la a la nostra part més individual, perquè expressa diferència. Tots el podem veure, però cadascú a la seva manera; no hi ha dues perspectives iguals. Igual com les persones, cada arc de Sant Martí és únic.

És expansiu i grandios, apareix i desapareix del cel; és juganer. Expressa llibertat, ens convida sortir a fora, a respirar aire fresc i a sentir com el vent ens acarona la cara.

Ens ensenya a cultivar la confiança i l'esperança. Ens diu que tot anirà bé i que el sol tornarà a sortir després de la pluja.

Ens convida a mirar el futur amb uns altres ulls. És un ventall de noves possibilitats que s'obren davant nostre després d'un temps d'incertesa.

Rainbow és gent de tota mena. És una gota d'aigua travessada per un raig de llum. És l'esperit Desigual esclatant en mil colors.



Desigual Rainbow promete el nacimiento de algo bueno, rebosa felicidad.

Es un mensaje grabado en el inconsciente colectivo y, a la vez, apela a nuestra parte más individual, porque expresa diferencia. Todos podemos verlo, pero cada uno lo ve a su manera; no hay dos perspectivas iguales. Como las personas, cada arco iris es único. Es expansivo y enorme, aparece y desaparece en el cielo; es juguetón. Expresa libertad, nos invita a salir al exterior, a respirar aire fresco y a sentir cómo el viento nos acaricia la cara.

Nos enseña a cultivar la confianza y la esperanza. Nos muestra que todo va a salir bien y que el sol volverá a salir después de la lluvia.

Incita a ver el futuro con otros ojos. Es un abanico de nuevas posibilidades que se abre después de un tiempo de incertidumbre. Rainbow alude a todo tipo de personas. Es una gota de agua atravesada por un rayo de luz. Es el espíritu Desigual estallando en mil colores.



Desigual Rainbow promises the birth of something good, it radiates Happiness.

It's a message imprinted on the Collective unconsciousness, yet it appeals to our Individual side because it expresses Difference. We can all see it, but each in our own special way; no two perspectives are alike. Like people, each Rainbow is Unique.

It's far-reaching and vast, appearing and disappearing in the sky; it's playful. It expresses Freedom, it invites us to step outside, breathe in fresh air and to feel the wind caress our cheek.

It teaches us to Trust and have Hope. It shows us that everything's going to be ok and the sun will shine again after the rain.

It encourages us to see the Future differently. It's a myriad of New Possibilities open to us after a time of uncertainty.

Rainbow is all types of people. It's a drop of water crossed by a ray of light. It's the Desigual spirit exploding into a multitude of colours.





Desigual®



Col·lecció / Colección / Collection

RAINBOW

Desigual presenta RAINBOW, la nova col·lecció Tardor-Hivern 2012. És una gota d'aigua travessada per un raig de llum. És l'esperit Desigual esclatant en mil colors! Desigual es caracteritza pels seus dissenys diferenciats, optimistes i plens de color.

La firma va iniciar la seva activitat sota el lema 'Desigual, no es lo mismo' el 1984. En els últims anys la companyia ha registrat un creixement sostingut superior al 50% anual i compta amb una plantilla formada per més de 3.000 persones de 83 nacionalitats diferents.

Vestim persones, no cossos. La nostra roba convida a viure la vida al màxim i és plena de missatges. Vol inspirar qui la porta i també qui la mira. Amb les nostres peces, volem transmetre el missatge que hi ha sempre una opció diferent, positiva i divertida: l'experiència Desigual... No és el mateix.



RAINBOW

Desigual presenta RAINBOW, la nueva colección Otoño-Invierno 2012. Es una gota de agua atravesada por un rayo de luz. ¡Es el espíritu Desigual estallando en mil colores!

Desigual se caracteriza por sus diseños diferenciados, optimistas y llenos de color. La firma inició su actividad bajo el lema 'Desigual, no es lo mismo' en 1984. En los últimos años la compañía ha registrado un crecimiento sostenido superior al 50% anual y cuenta con una plantilla formada por más de 3.000 personas de 83 nacionalidades distintas. Vestimos personas, no cuerpos. Nuestras prendas son una invitación a vivir la vida al máximo y están repletas de mensajes. Pretenden inspirar a quien las lleva o a quien las vea. Con nuestras prendas esperamos transmitir el mensaje de que siempre hay una opción diferente, positiva y divertida: la experiencia Desigual... No es lo mismo.



RAINBOW

Desigual presents RAINBOW, the new Autumn-Winter 2012 collection. It's a drop of water crossed by a ray of light. It's the Desigual spirit exploding into a multitude of colours!

Desigual is characterised by its optimistic differential designs that are full of colour. The firm started its activity under the leitmotif 'Desigual, it's not the same' in 1984. In recent years, the company has registered sustained growth greater than 50% per year and employs 3,000 people, from 83 different nationalities.

We dress people, not bodies. Our clothes are an invitation to live life and are full of messages. They seek to inspire whoever wears or sees them. With our clothes we hope to convey the message that there is always a different, positive, fun option: The Desigual Experience ... It is not the same.



Marca comercial / commercial brand:
Desigual

Adreça / dirección / address:
Bruc 49, Bajos
08009 Barcelona (SP)
Tel. +34 933 043 164
www.desigual.com
e.garcia@desigual.com

MANGO

26 / 01 / 2012 - 20,30h

Biografia / Biografía / Biography

Mango, la marca de moda espanyola amb més projecció internacional, va obrir la primera botiga el 1984, al passeig de Gràcia de Barcelona. Actualment, compta amb més de 2.400 punts de venda a 107 països. És la segona empresa exportadora de moda d'Espanya, i el seu concepte es basa en l'aliança entre un producte de qualitat, que segueix les últimes tendències, i un preu assequible. La seva imatge de marca es veu reforçada pels punts de venda, que constitueixen la seva carta de presentació i creen un ambient dinàmic adient per a la personalitat del client.



MANGO, la marca de moda española con más proyección internacional, abrió en 1984 la primera tienda en el paseo de Gracia de Barcelona. Actualmente cuenta con más de 2.400 puntos de venta en 107 países. Es la segunda empresa exportadora de moda de España y su concepto se basa en la alianza entre un producto de calidad, que sigue las últimas tendencias, y un precio asequible. Su imagen de marca está reforzada por los puntos de venta que constituyen su carta de presentación y crean un ambiente dinámico adecuado a la personalidad del cliente.



MANGO, the Spanish fashion brand with greatest international renown, opened its first shop in 1984 in Passeig de Gràcia, Barcelona. Nowadays, MANGO relies on more than 2400 sale points in 107 countries. It is the second Spanish exporting fashion company, and its philosophy is to combine good quality and trendy products with affordable prices. Its brand image is reinforced by its retail stores, its finest calling card, that create a dynamic atmosphere according to the client profile.



MANGO



Col·lecció / Colección / Collection

Shades of Pale

El color blanc i el pastel envaeixen el nostre armari: una àmplia varietat de tonalitats clares i rentades que perden la seva vivesa, però adquireixen al mateix temps una gran força quan es combinen amb diferents intensitats sobre netes siluetes.

Aquest impacte també s'assoleix gràcies al contrast aconseguit amb un atemporal negre, sobre sofisticades i fluïdes peces de roba, així com a través de la barreja d'elements clàssics amb un retro sportswear.

Les subtils brillantors d'or i plata aporten lluminositat, mentre que els tradicionals conceptes de nit es traslladen a un dia a dia molt especial.



Shades of Pale

El color blanco y el pastel invaden nuestro armario: una amplia variedad de tonos claros y lavados que pierden su viveza, pero adquieren al mismo tiempo una gran fuerza al combinarse en distintas intensidades sobre limpias siluetas.

Este impacto también se logra gracias al contraste conseguido con un atemporal negro, sobre sofisticadas y fluidas prendas, así como a través de la mezcla de elementos clásicos con un retro sportswear.

Los sutiles brillos de oro y plata aportan luminosidad, mientras los tradicionales conceptos de noche se trasladan a un día a día muy especial.



Shades of Pale

White and pastel tones invade our wardrobe: a wide range of light and faded tones which lose their vitality, yet at the same time acquire great strength when combined in different intensities over clean silhouettes.

This impact is also achieved thanks to the contrast obtained with a timeless black, on sophisticated and flowing garments, and through a combination of classic elements with retro sportswear.

The subtle flashes of silver and gold add luminosity, while the traditional night concepts move towards very special everyday wear.



Marca comercial / commercial brand:
MANGO

Adreça / dirección / address:
Mercaders 9-11
(Pol. Ind. Riera de Caldes)
08184 Palau-Solità i Plegamans
Barcelona (SP)
Tel. +34 938 602 222
www.mango.com
lidia.meca@mango.com

TCN

25 / 01 / 2012 - 17,00h

Biografia / Biografía / Biography

TCN és la marca de total look que ha revolucionat el concepte de comoditat i estil en l'armari de la dona espanyola. El secret: un estil personal i confortable, qualitat en els teixits, patrons perfectes i un concepte d'estil de vida molt real i contemporani.

Per TCN sempre ha estat més important que el seu estil es reconegui col.lecció rere col.lecció que seguir els dictats de la moda.

El concepte és i ha estat sempre que TCN és la marca per als moments de relaxació, de descans, els moments d'oci en què la comoditat preval per damunt de tot, el confort sense renunciar a la moda.

TCN ha anat evolucionant al llarg dels anys i el seu concepte s'ha anat aplicant, poc a poc però

amb pas ferm, en la creació de col.leccions Prêt-à-porter; així, paulatinament, les col.leccions s'han convertit en un concepte de 24 hores TCN.



TCN es la marca de total look que ha revolucionado el concepto de comodidad y estilo en el armario de la mujer española. El secreto, un estilo personal y confortable, calidad en los tejidos, patrones perfectos y un concepto de lifestyle muy real y contemporáneo.

En TCN siempre ha sido más importante que su estilo se reconozca colección tras colección que seguir los dictados de la moda.

El concepto, fue y ha sido siempre, TCN es la marca para los momentos de relax, de descanso, los momentos de ocio en los que

la comodidad prima ante todo el confort sin renunciar a la moda.

TCN ha ido evolucionando a lo largo de los años y su concepto se ha ido aplicando poco a poco pero con paso firme en la creación de colecciones prêt-à-porter; así, paulatinamente, las colecciones se han convertido en un concepto de 24 horas TCN.



TCN is the total look brand that has revolutionized the comfort and style concept in the wardrobe of Spanish women. The secret is a particular and comfortable style, high quality fabrics, perfect patterns, and real and contemporary lifestyle.

Recognised style in every collection has always been more important for TCN than following fashion trends.

The idea is, and has ever been: TCN is the brand of downtime moments, resting and leisure times, in which the comfort is the most important thing without losing fashion trends.

TCN has evolved over the years applying its philosophy step by step, but steadily, in the creation of Prêt-à-porter collections, and thus gradually have become a 24 hours TCN concept.



Col·lecció / Colección / Collection

Pyjama's Party

Una Pyjama's party és el fil conductor de la desfilada de Tardor-Hivern 2012-2013 que TCN presenta al 080 Barcelona Fashion.

La col·lecció de cotilleria, llenceria i homewear està protagonitzada pels quadres i les ratlles llenceres i esquitxada de colors rotunds, entre els quals predominen verds i blaus amb força o vermells, teula i caldera com a referents càlids.

Quant a les formes, els culottes fifties i els bodis roben protagonisme a les altres peces que, entre camises de dormir de seda i pijames femenins, es barregen amb les dessuadores amb missatges i les samarretes acolorides. El borrec i el pèl són els protagonistes de les gorres, les bufandes i els guants, que complementen un look càlid i casolà, d'un hivern còmode a casa.



Pyjama's Party

Una Pyjama's Party es el hilo conductor del desfile de otoño-invierno 2012-2013 que TCN presenta en la 080 Barcelona Fashion.

La colección de corsetería, lencería y homewear está protagonizada por los cuadros y las rayas lenceras y salpicada de colores rotundos donde predominan verdes y azules con fuerza o rojos, teja y caldera como cálidos referentes.

En cuanto a las formas, los culottes fifties y los bodys roban protagonismo a las demás prendas que entre camisones de seda y pijamas femeninos que se mezclan con las sudaderas con mensajes o las t-shirts coloridas. El borrego y el pelo son los protagonistas de los gorros, las bufandas y los guantes que completan un look cálido y hogareño de un cómodo invierno en casa.



Pyjama's Party

A Pyjama's Party is the story line of the Fall-Winter 2012-2013 fashion shows that TCN presents in 080 Barcelona Fashion.

The corsetry, lingerie and home wear collection is led by draper checks and stripes, with a touch of outright colours, predominating strong tones of green and blue, or red, tile and copper, as warm references.

Regarding the forms, the "fifties culottes" and the "bodies" steal prominence to other garments that, between silk night-shirts and feminine pyjamas, are mixed with the sweatshirts with messages or the colouring t-shirts. Lamb and coat are the main characters in caps, scarves and gloves, which complete a warm and home-loving look of a comfortable winter at home.





080

360°Barcelona
Fashion Brands



360°Barcelona Fashion Brands



El Clúster Tèxtil i Moda de Catalunya és una organització d'àmbit català, de nova creació i sense ànim de lucre, que pretén integrar a totes les empreses que desenvolupen la seva activitat al voltant del negoci tèxtil i de la moda de Catalunya.

La finalitat principal de l'entitat és fomentar la competitivitat de les empreses del clúster tèxtil, confecció i moda de Catalunya mitjançant la cooperació entre empreses i professionals, la promoció de serveis i iniciatives d'internacionalització, formació, recerca, desenvolupament i innovació, així com qualsevol altre iniciativa orientada a la millora competitiva.

Les empreses que actualment formen part de clúster generen una facturació agregada de 600 milions d'euros, tenen presència comercial en més de 200 països i ocupen a 3.000 professionals.

A Catalunya existeix un potent ecosistema tèxtil – moda format per més de 1.700 empreses i 100.000 professionals, incloent-hi la distribució tèxtil que representa el 4,6% del PIB industrial i el 1,49% del PIB general català. Aquest ecosistema s'estructura mitjançant empreses industrials, marques de moda, distribuïdors, escoles de disseny i un important talent creatiu que, en el seu conjunt, contribueixen al desenvolupament econòmic i social del país i a la imatge que donem a l'exterior. L'activitat del clúster durant els propers anys, en cooperació amb d'altres entitats públiques i privades, ha de facilitar l'augment d'activitat econòmica, l'ocupació, la transferència entre creativitat i indústria així com l'enfortiment de la marca Catalunya com un país capdavanter en el sector tèxtil – moda d'Europa.

Roser Ramos, Presidenta



El Clúster Tèxtil y Moda de Catalunya es una organización de nueva creación y sin ánimo de lucro, que pretende integrar todas las empresas que desarrollan su actividad alrededor del negocio textil y de la moda de Catalunya. La finalidad principal de la entidad es fomentar la competitividad de las empresas del clúster textil, confección y moda de Catalunya mediante la cooperación entre empresas y profesionales, la promoción de servicios e iniciativas de internacionalización, formación, investigación, desarrollo e innovación, así como cualquier otra iniciativa orientada a la mejora competitiva.

Las empresas que actualmente forman parte del clúster generan una facturación agregada de 600 millones de euros, tienen presencia comercial en más de 200 países y ocupan a 3.000 profesionales.

En Cataluña existe un potente ecosistema textil-moda formado por más de 1.700 empresas y 100.000 profesionales, incluyendo la distribución textil que representa el 4,6% del PIB industrial y el 1,49% del PIB general catalán. Este ecosistema se estructura a través de empresas industriales, marcas de moda, distribuidores, escuelas de diseño y un importante talento creativo que, en su conjunto, contribuyen al desarrollo económico y social del país y a la imagen que damos al exterior.

La actividad del clúster durante los próximos años, en cooperación con otras entidades públicas y privadas, ha de facilitar el crecimiento de la actividad económica, la ocupación, la transferencia entre creatividad e industria así como el fortalecimiento de la marca Catalunya como un país líder en el sector textil-moda de Europa.

Roser Ramos, Presidenta



The "Catalonian Fashion and Textile Cluster" is a non-profit-making Catalan organization, recently created, that tries to integrate all the companies that develop its activity about textile business and fashion in Catalonia.

The main purpose of the entity is to promote the competitiveness of the companies from the textile cluster, confection and fashion of Catalonia by means of cooperation among companies and professionals, the promotion of services and initiatives of internationalization, training, research, development and innovation, as well as also any other initiative orientated to the competitive improvement.

The companies that nowadays are included in the cluster generate an added turnover of 600 million Euros, maintain a commercial network spanning more than 200 countries and occupy 3.000 professionals. In Catalonia exists a powerful textile-mode ecosystem with more than 1.700 companies and 100.000 professionals, including the textile distribution, that represents 4,6 % of the industrial GDP and 1,49 % of the general Catalan GDP. This ecosystem is structured by means of industrial companies, fashion brands, distributors, schools of design and a powerful, creative talent. All of them contribute to the economic and social development of the country and to improve our international image.

The cluster activity during the following years, in comparison with other public and private entities, must facilitate the increase of the economic activity, occupation, transfer among creativity and industry, and the reinforcement of Catalonia's brand in Europe as a pioneering country in the textile-fashion sector.

Roser Ramos, President



ALDOMARTINS

080

360°Barcelona
Fashion Brands

28 / 01 / 2012 - 11,30h

Biografia / Biografía / Biography

Aldo Martin S.A. comença la seva trajectòria empresarial el 1975, en mans del seu fundador Martí Bisbal. Vint anys després, el 1995, es va construir la seva seu actual, barreja de tradició i maquinària tèxtil d'última generació. És a partir del 1998 quan Aldomartins comença el seu trajecte internacional en el Prêt-à-porter de París.

En els últims 15 anys, aquesta empresa, que manté el caràcter familiar, ha mantingut el seu esperit jove i dinàmic, que li ha permès oferir les necessitats d'un mercat cada vegada més exigent.

Actualment, i mantenint aquest esperit de continuïtat, el 80 % de les vendes són per al mercat internacional; la marca està present en més de 1.500 punts de venda prestigiosos d'Europa.

Malgrat la seva ràpida expansió, Aldomartins segueix mantenint el seu esperit creatiu i de servei de qualitat com a principal base del seu negoci, i fabrica el 100% de la seva producció a Barcelona.

Aldo Martin S.A. comienza su trayectoria empresarial en 1975 a manos de su fundador Martí Bisbal. 20 años después, en 1995, se construyó su sede actual, mezcla de tradición y maquinaria textil de última generación. Es a partir de 1998 cuando Aldomartins, comienza su andadura internacional en el Prêt-à-Porter de París.

En los últimos 15 años, esta empresa que mantiene su carácter familiar, ha mantenido su espíritu joven y dinámico permitiendo ofertar las necesidades de un mercado cada vez más exigente.

Actualmente y manteniendo este espíritu de continuidad, el 80% de las ventas son para el mercado internacional, la marca está presente en más de 1500 puntos de prestigiosa venta en Europa.

A pesar de su rápida expansión, Aldomartins sigue manteniendo su espíritu creativo y de servicio de calidad, como principal base de su negocio, fabricando el 100% de su producción en Barcelona.

Aldo Martin S.A. began its business career in 1975 with the founder Martí Bisbal. Its current headquarter had constructed twenty years later, in 1995; there, the tradition and textile machinery of the last generation are mixed. From 1998, Aldomartins started its international track in Prêt-à-porter of Paris.

Over the last fifteen years, this company –that supports its family character– has maintained its youth and dynamic spirit covering the needs of an ever more demanding market.

Currently, with this spirit of continuity and 80% of all sales in the international market, people can find the brand in more than 1500 spots of prestigious sale in Europe.

In spite of its rapid expansion, Aldomartins continues supporting as the main base of its business its creative spirit and high quality service, making 100 % of its production in Barcelona.

Col·lecció / Colección / Collection

Ànima nòmada bohemi chic

Aldomartins, presenta un jacquard d'adaptació moderna, amb inspiració tribal i combinat amb efectes de pells d'animal i tartanes. Aspectes i textures de punt amb fils calats i esfilagarsats i un acabat de tallat més rude.

Una paleta de colors terra, que connecten amb el món natural i salvatge, però tot pinzellat amb matisos de colors vius. El look evoca un aspecte bohemi de tribu nòmada guerrera, però lluny de ser un look polsegós i descarat, manté la mirada més sofisticada i neta i sense perdre ni un bri del chic femení.

Col·lecció exclusivament de punt: les textures, dibuixos, relleus... s'aconsegueixen mitjançant intarsies, jacquards i investigació i desenvolupament de les tècniques del punt.

Utilització d'artesania tradicional del teixit de punt i efectes de ganxet, punts calats d'efecte tatoo. Fils més gruixuts, punts cable barrejats entre ells, creant torçals. Barreja de materials per aconseguir relleus.

Col·lecció rica en dibuixos i desenvolupament de teixits.



Alma nómada bohémio chic

Aldomartins, presenta un jacquard de adaptació moderna, con inspiración tribal y combinado con efectos de pieles de animal y tartanes. Aspectos y texturas de punto con hilos calados y deshilachados y un acabado de tallado más rudo.

Una paleta de colores tierra, que conectan con el mundo natural y salvaje, pero todo ello pincelado con matices de colores vivos. El look evoca a un aspecto bohémio de tribu nómada guerrera, pero lejos de ser un look polvoriento y desaliñado, mantiene la mirada más sofisticada y limpia y sin perder ni un ápice del chic femenino.

Colección exclusivamente de punto, las texturas, dibujos, relieves... se consiguen mediante intarsias, jacquards e investigación y desarrollo de las técnicas del punto.

Utilización de artesanías tradicionales del tejido de punto y efectos de crochet, puntos calados efecto tatoo.

Hilos más gruesos, puntos cable mezclados entre si, creando torzales.

Mezcla de materias para conseguir relieves.

Colección rica en dibujos y desarrollo de tejidos.



Nomad Bohemian Chic Soul

Aldomartins presents a jacquard of modern adjustment, with tribal inspiration, combined with leather tartans effects. It shows aspects and textures of knitwear with fretwork, frayed touches and rougher cut finishings.

It seems a palette of land colours, which connect with the natural and wild world, by means of shades of alive colours. The image evokes a bohemian aspect of nomadic and warring tribe, but far from being a dusty and slovenly image, it maintains the sophisticated and clean look and doesn't lose the feminine elegance.

An exclusive knitwear collection; the textures, drawings, and reliefs are obtained by means of intarsia technique, jacquards, and research and development of the skills of the knit stitch.

The use of traditional crafts of knitting crochet effects, fretwork and tattoo effects.

Thicker threads, Cable knit mixed, creating cords.

Mixture of matters to obtain reliefs.

The collection is rich in drawings and development of fabrics.



ESCORPION

080
360°Barcelona
Fashion Brands

28 / 01 / 2012 - 10,30h

Biografia / Biografía / Biography

1929. Es funda José Biosca S.L.
Pare i fill se centren en la fabricació i comercialització de mitges.

1954. Neix la marca escorpion. La tercera generació pren el relleu al capdavant de l'empresa.

1967. Escorpion es converteix en una marca exclusiva per a la dona i reconeixible amb el seu eslògan "Un jersey escorpion".

1973. Inauguració de les primeres botigues escorpion, que marquen l'inici d'una nova estratègia empresarial. Èxit rotund.

1986. Escorpion inicia l'expansió internacional; participa a les fires més prestigioses de moda.

1990. Obertura de shop in shop a grans magatzems nacionals i internacionals.

2000. Escorpion inicia un nou rumb. La quarta generació es fa càrrec de la companyia i li dóna un aire de renovació que impregna tota l'empresa.

2007. Escorpion presenta la seva nova imatge. El disseny, l'elegància i la qualitat defineixen els espais escorpion. Les seves col·leccions es dirigeixen a una dona actual, urbana i que valora la qualitat.



1929- Se funda José Biosca S.L.
Padre e hijo se centran en la fabricación y comercialización de medias.

1954- Nace la marca escorpion. La tercera generación toma el relevo al mando de la empresa.

1967- Escorpion se convierte en una marca exclusiva para la mujer y reconocible con su slogan "Un jersey escorpion"

1973- Inauguración de las primeras tiendas escorpion, marcando el inicio de una nueva estrategia empresarial. Éxito rotundo.

1986- Escorpion inicia la expansión internacional; participa en las ferias más prestigiosas de moda.

1990- Apertura de shop in shop en grandes almacenes nacionales e internacionales.

2000- Escorpion inicia un nuevo rumbo. La cuarta generación se hace cargo de la compañía, dando un aire de renovación que impregna toda la empresa.

2007- Escorpion presenta su nueva imagen. El diseño, la elegancia y la calidad definen los espacios escorpion. Sus colecciones se dirigen a una mujer actual, urbana y que valora la calidad.



1929 – José Biosca S.L. was founded.
Father and son focussed on the manufacture and commercialization of hosiery.

1954 – The escorpion brand was created. The third generation took over the running of the company.

1967 – Escorpion turned into an exclusive mark for women, and it was recognizable by the slogan "An escorpion sweater".

1973 – The inauguration of the first escorpion shops marked the beginning of a new managerial strategy. The success is resounding.

1986 – Escorpion initiated the international expansion; took part in the most prestigious fairs of fashion.

1990 – Shop in shop opening in national and international department store.

2000 – Escorpion initiated a new course. The fourth generation took charge of the company, and gave an air of renovation that impregnated the whole company.

2007 – Escorpion presented its new look. The escorpion spaces are defined by design, the elegance and the quality. Its collections are made for a current and urban woman who appreciates the quality.



escorpion

Col·lecció / Colección / Collection

Colour therapy El color és vida

TARONJA com l'albada, el temps del despertar.
VERMELL, influència en les emocions, eleva els ànims, fent les persones més optimistes.
VERD, equilibri, un dels colors bàsics de la natura.
BLAU, que representa la introspecció.
VIOLETA, barreja de blau i vermell, combina ambdós extrems, exerceix un efecte equilibrador.
"Colour Therapy", la nova col·lecció d'escorpion.



Colour therapy El color es vida

NARANJA como el amanecer, el tiempo del despertar.
ROJO, influencia en las emociones eleva el ánimo, haciendo a las personas más optimistas.
VERDE, equilibrio, uno de los colores básicos de la naturaleza.
AZUL, representa la introspección.
VIOLETA mezcla de azul y rojo, combina ambos extremos, ejerce un efecto equilibrador.
Colour Therapy la nueva colección de escorpion.



Colour therapy The colour is life.

ORANGE is like the rising of the sun, the awakening time.
RED influences the emotions and raises the spirit; becoming people more optimistic.
GREEN is harmony, one of the basic colours of nature.
BLUE represents the introspection.
VIOLET, combination of blue and red, combines both ends and has a balancer effect.
Colour Therapy the new collection of escorpion.



Marca comercial / commercial brand:
Escorpion

Adreça / dirección / address:
Valencia, 229 principal
08007 Barcelona (SP)
Telèfon: +34 657 850 811
www.escorpion.com
cgracia@escorpion.com

GUASCH



28 / 01 / 2012 - 11,30h

Biografia / Biografía / Biography

La marca Guasch té més de 150 anys d'història.

Va néixer l'any 1859 a Capellades (Barcelona) com a fabricants de mocadors de cotó.

Ja des dels seus inicis, la qualitat de tots els seus productes era molt apreciada. Per això el seu prestigi va créixer ràpidament per Espanya i Europa.

Des de fa una dècada Guasch ha ampliat el seu catàleg amb pijames d'home i de dona, roba interior masculina, bany i roba per a la llar sota la direcció d'Art del dissenyador Josep Abril.

La marca Guasch s'associa amb la qualitat i la cura dels detalls, que han estat sempre els seus signes d'identitat reconeguts a més de 50 països de tot el món.



La marca Guasch tiene más de 150 años de historia.

Nació el año 1859 en Capellades (Barcelona) como fabricante de pañuelos de algodón.

Ya desde sus inicios, la calidad de todos sus productos era muy apreciada. Razón por la cual su prestigio creció rápidamente en España y Europa.

Desde hace una década Guasch ha ampliado su catálogo con pijamas para hombre y mujer, ropa interior masculina, baño y ropa para el hogar, bajo la dirección de arte del diseñador Josep Abril.

La marca Guasch se asocia con la calidad y el cuidado de los detalles, que han sido sus signos de identidad reconocidos en más de 50 países de todo el mundo.



The Guasch brand has more than 150 years of history.

It was created in 1859 in Capellades (Barcelona), and their initial activity was to produce cotton handkerchief.

Guasch rapidly became a prestigious mark in Spain and Europe because of the quality of its products was already highly appreciated in the beginning.

Over the last ten years, Guasch has included in its catalogue pajamas for men and women, masculine underwear, and linens for home and bath under Josep Abril's art direction.

The Guasch brand is associated with quality and the details care, which have always been its identity signs recognized in more than 50 countries.





Col·lecció / Colección / Collection

Herència

Col·lecció de pijames d'home GUASCH que pretén transmetre l'ADN dels 150 anys de tradició de la marca, basada, sobretot, en el classicisme i l'elegància.



Herencia

Colección de pijamas de hombre GUASCH que pretende transmitir el ADN de los 150 años de tradición de la marca, basada sobretodo en el clasicismo y la elegancia.



Heritage

Pyjamas Collection GUASCH for men that aims to transmit the 150 years' DNA of the tradition brand, especially based in the classicism and elegance



Marca comercial / commercial brand:
Guasch

Adreça / dirección / address:
Av. Maties Guasch, 46
08786 Capellades, Barcelona (SP)
Telèfon: +34 607 248 103
www.guasch.es
guasch@guasch.es

MESSCALINO

080
360°Barcelona
Fashion Brands

28 / 01 / 2012 - 10,30h

Biografia / Biografía / Biography

Les col·leccions de MESSCALINO es caracteritzen per un disseny acurat, on la combinació de textures, estampats i acabats dóna pas a peces elegants i amb molta personalitat. Cada peça està pensada per a una dona moderna, dinàmica, pràctica, que valora la qualitat, la comoditat i un disseny original.

Amb dues col·leccions l'any, MESSCALINO està present al mercat espanyol a través d'una xarxa de vuit botigues pròpies, còrners a més de 50 centres El Corte Inglés i a més de 750 botigues multimarca i, al mercat internacional, a països com Portugal, Alemanya, Holanda, Irlanda, el Japó i Itàlia.

Actualment, MESSCALINO ha creat una nova marca, Agnès Ros, per ampliar la seva quota de mercat, pensada per a un públic més jove.



Las colecciones de MESSCALINO se caracterizan por un cuidado diseño, donde la combinación de texturas, estampados y acabados da paso a prendas elegantes y con mucha personalidad. Cada prenda está pensada para una mujer moderna, dinámica, práctica, que valora la calidad, comodidad y un diseño original.

Con dos colecciones al año, MESSCALINO está presente en el mercado español a través de una red de ocho tiendas propias, còrners en más de 50 centros "El Corte Inglés" y en más de 750 tiendas multimarca y en el mercado internacional en países como: Portugal, Alemania, Holanda, Irlanda, Japón e Italia.

Actualmente MESSCALINO ha creado una nueva marca, Agnès Ros, para ampliar su cuota de mercado, pensando en un público más joven.



The elegant design characterizes the MESSCALINO's collections. The combination of textures, finishing touches and prints, gives way to elegant and strong character garments. Every article is thought for a modern, dynamic, practical woman, who values the quality, comfort and an original design.

MESSCALINO launches two collections per year and maintains a commercial network on Spain with its eight shops, corners in more of 50 "El Corte Inglés" department store, in more of 750 multi-brand shops and Portugal, Germany, Netherlands, Ireland, Japan and Italy.

Nowadays MESSCALINO has created a new brand focussed to young public, Agnès Ros, to extend its market share.



MESSCALINO

Col·lecció / Colección / Collection

Pulsation

La col·lecció PULSATION que Messcalino proposa per a la Tardor-Hivern 2012-2013 presenta una via al canvi a través de la configuració d'una realitat, on allò essencial i primitiu es torna seductor i modern.

Volem donar la benvinguda al nou hivern generant una explosió de colors, estampats i textures, sense oblidar-nos dels fonamentals tons neutres. Aquest proper hivern no hi ha lloc per la tristesa cromàtica en el nostre armari.

El clàssic sweater de la temporada el combinarem amb elements més desitjables i emboliquem els llargs dies freds amb les pells i tricots més confortables.

A Messcalino apostem per les millors claus de disseny amb els estampats més sorprenents i un look de certa inspiració arquitectònica.

Messcalino aporta una guia amb el millor pel proper Hivern: totes les claus i com fer-les servir.



Pulsation

La colección PULSATION que Messcalino propone para el Otoño – Invierno 2012-13, presenta una vía al cambio a través de la configuración de una realidad, donde lo esencial y primitivo se vuelve seductor y moderno.

Queremos dar la bienvenida al nuevo invierno generando una explosión de colores, estampados y texturas, sin olvidarnos de los fundamentales tonos neutros. Este próximo invierno no hay lugar para la tristeza cromática en nuestro armario.

El clásico sweater de la temporada lo combinamos con los elementos más apetecibles y envolvemos los largos días fríos con las pieles y tricots más confortables.

En Messcalino apostamos por las mejores claves de diseño con los estampados más sorprendentes y un look de cierta inspiración arquitectónica.

Messcalino aporta una guía con lo mejor para el próximo Otoño-Invierno, 2012-2013: Todas las claves y cómo usarlas.



Pulsation

PULSATION'S collection proposed by Messcalino for the 2012-2013 Fall - Winter, presents a way to change through the configuration of a reality, where the essential and primitive becomes seductive and modern. We want to welcome the new winter with an explosion of colours, prints and textures, and we don't want to forget the fundamental neutral tones. Next winter there will be no place for the chromatic sadness in our cupboard.

We combine the classic sweater of the season with the most attractive elements, and wrap the long cold days with leathers and most comfortable tricot.

In Messcalino we bet on the best keys of design with the most surprising prints and a look of certain architectural inspiration. Messcalino provides a guide reaches with the best things for the next Fall - Winter 2012-2013: all keys and how to use them.



Marca comercial / commercial brand:
Messcalino

Adreça / dirección / address:
Itàlia, 10
08700 Igualada, Barcelona (SP)
Telèfon: +34 938 045 306
www.messcalino.es
messcalino@messcalino.es

NAUOVER



28 / 01 / 2012 - 10,30h

Biografia / Biografía / Biography

Naulover, fundada el 1957, és una empresa dedicada a la moda i als complements de dona, que aposta, en ple segle XXI, per una confecció i un disseny propis, per l'excel·lència en els detalls i per la garantia d'un equip humà al servei de la moda.

Per portar a terme els seus plans d'expansió, acaba d'inaugurar la seva primera boutique a prop del Passeig de Gràcia de Barcelona i ha realitzat una inversió de 3 milions d'euros en un espai de 3.000 m² a Mediona dedicat en exclusiva a la logística de la companyia.

Naulover suma aquesta primera flagship a la seva xarxa habitual de distribució, que fins al moment comptava amb 600 punts de venda directa a Espanya —centres El Corte Inglés i botigues multimarca— a més de la implementació de la marca en països com el Regne Unit, Itàlia, Alemanya, Portugal, Bèlgica, països escandinaus, el Líban, Canadà, els Estats Units i països de l'Amèrica del Sud, a més del canal de venda en línia (www.naulover.com).

Naulover preveu una facturació de 17 milions el 2012, xifra que suposa un creixement del 10% respecte a l'any passat.

Naulover fundada en 1957 es una empresa dedicada a la moda y complementos de mujer, que apuesta en pleno siglo XXI, por un diseño y confección propia, excelencia en los detalles y la garantía de un equipo humano al servicio de la moda.

Para llevar a cabo sus planes de expansión, acaba de inaugurar su primera boutique junto al Paseo de Gracia de Barcelona y ha realizado una inversión de 3 millones de euros en un espacio de 3.000m² en Mediona dedicado en exclusiva a la logística de la compañía.

Naulover suma esta primera flagship a su red habitual de distribución, que hasta la fecha contaba con 600 puntos de venta directa en España —centros El Corte Inglés y tiendas multimarca— además de la implementación de la marca en países como Reino Unido, Italia, Alemania, Portugal, Bélgica, Escandinavia, Líbano, Canadá, Estados Unidos y América del Sur además del canal de venta on-line (www.naulover.com)

Naulover prevé una facturación de 17 millones en el 2012, que supone un crecimiento del 10% respecto al año pasado.

Naulover is a textile company founded in 1957, settled in Catalonia and dedicated to the fashion and accessories for women, which in full 21st century confidently goes for its own confection, the excellence in the details and the guarantee of a human team at the service of fashion.

To carry out the expanding plans, Naulover has just inaugurated the first boutique close to the Paseo de Gracia in Barcelona and has invested 3 million of euros in a space of 3.000m², in Mediona, exclusively dedicated to the logistics of the company.

This first flagship is added to the usual distribution network of Naulover that up to now was relying on 600 points of direct sale in Spain —“El Corte Inglés” centers and multi-brand shops, besides the brand implementation in United Kingdom, Italy, Germany, Portugal, Belgium, Scandinavia, Lebanon, Canada, USA and South America, and the on-line sales channel (www.naulover.com).

The forecast turnover for 2012 is 17 million, which supposes 10% of increasing compared to last year.

NAULOVER

Col·lecció / Colección / Collection

Esmorzar amb diamants

Pocs estils continuen essent tan característics en els nostres dies com la moda que va marcar la dècada del 1950, encarnada en l'elegància suprema de l'actriu Audrey Hepburn a la pel·lícula "Esmorzar amb diamants". Aquell estil d'aleshores, tan elegant, sobri i chic a la vegada, és el que impregna la col·lecció Tardor-Hivern 2012 de Naulover, batejada precisament amb aquest nom: "Esmorzar amb diamants". Una col·lecció que recull i actualitza les tendències de l'època daurada de Hollywood en cadascuna de les seves peces: vestits, bruses llargues, tàndems, jaquetes, capes i abrics curts de punt que valoren la comoditat.

El glamur de mitjan segle XX torna amb força l'hivern del 2012 de la mà de Naulover, que ha creat la col·lecció "Esmorzar amb diamants" donant protagonisme a matèries primeres de màxima qualitat i de producció artesanal, juntament amb complements que rubriquen l'elegància de la col·lecció i combinen amb les peces i amb l'essència més pura d'Esmorzar amb diamants. A més, és clar, d'unes gotes de NAU, la fragància femenina de Naulover.



Desayuno con diamantes

Pocos estilos continúan siendo tan característicos como la moda que marcó la década de los 50, encarnada en la elegancia suprema de la actriz Audrey Hepburn en la película "Desayuno con Diamantes". Aquel estilo, elegante, sobrio y chic al mismo tiempo, es el que impregna la colección Otoño – Invierno 2012 de Naulover, bautizada precisamente con el nombre "Desayuno con Diamantes". Una colección que recoge y actualiza las tendencias de la época dorada de Hollywood en cada una de sus prendas; vestidos, blusas, twin-sets, chaquetas, capas y abrigos cortos de punto que valoran la comodidad.

El glamour de mediados del siglo XIX regresa con fuerza en el invierno 2012 de la mano de Naulover, que ha creado "Desayuno con Diamantes" dando protagonismo a materias de la máxima calidad y de producción artesanal junto a complementos que rubrican la elegancia de la colección y combinan con las prendas y con la esencia más pura de "Desayuno con Diamantes". Además, claro, unas gotas de NAU, la fragancia femenina de Naulover.



Breakfast at Tiffany's

Not many styles remain as distinctive as fashion that marked the decade of 50, embodied in the supreme elegance of the actress Audrey Hepburn in "Breakfast at Tiffany's". That style, elegant, sober and chic at the same time, it is pervading Naulover's 2012 Fall-Winter collection, named exactly with the name "Breakfast at Tiffany's". This collection includes and updates the trends of the Hollywood's Golden Age in each of their garments, dresses, blouses, twin-sets, jackets, coats and short knit coats, all of them valuing comfort.

The glamour of the mid-nineteenth century makes a comeback in winter 2012 with Naulover's creation of "Breakfast at Tiffany's", giving prominence to material of the highest quality and craft production with accessories which rubricate the elegance of the collection and combine with the clothes and the purest essence of "Breakfast at Tiffany's". Besides, of course, a few drops of NAU, Naulover's feminine fragrance.



Marca comercial / commercial brand:
Naulover

Adreça / dirección / address:
Muntaner, 240 2º 2ª
08021 Barcelona (SP)
Telèfon: +34 938 895 011
www.naulover.com
javier@naulover.com

PUNTO BLANCO

28 / 01 / 2012 - 10,30h



Biografia / Biografía / Biography

Punto Blanco Underwear neix el 1996 amb l'objectiu de satisfer les noves necessitats dels consumidors que desitgen incorporar l'element moda a la seva roba interior.

Fabricat amb matèries primeres de màxima qualitat, Punto Blanco fa evolucionar la roba interior, que passa de ser un commodity totalment oblidat a convertir-se en el producte actual, al qual se li exigeixen unes característiques de patronatge i disseny que el converteixen en un actor principal del món de la moda.

Punto Blanco és una marca espanyola dedicada a la fabricació de mitjons d'alta gamma des del 1948 i ha estat present als mercats internacionals dels cinc continents des del 1953.

Especialistes i líders de mercat en el món del mitjó, Punto Blanco ofereix una col·lecció de mitjons específics per a cada tipus de situació i cada tipus de necessitat.

Matèries primeres de màxima qualitat i tecnologia punta s'uneixen per proporcionar al mercat mitjons i roba interior que satisfan els usuaris més exigents.

Punto Blanco Underwear nace en 1996 con el objetivo de satisfacer las nuevas necesidades de los consumidores que desean incorporar el elemento moda en su ropa interior.

Fabricado con materias primas de primera calidad, Punto Blanco evoluciona el Underwear que pasa de ser un "commodity" totalmente olvidado a convertirse en el producto actual, al que se le exigen unas características de patronaje y diseño que lo convierte en un actor principal del mundo de la moda.

Punto Blanco es una marca española dedicada a la fabricación de calcetines de alta gama desde 1948 y presente en los mercados internacionales de los cinco continentes desde 1953.

Especialistas y líderes de mercado en el mundo del calcetín, Punto Blanco ofrece una colección de calcetines específicos para cada tipo de situación y cada tipo de necesidad.

Materias primas de primera calidad y tecnología punta se unen para proporcionar al mercado calcetines y underwear que satisfacen a los usuarios más exigentes.

Punto Blanco Underwear was created in 1996 and aims to satisfy the needs of today's consumer seeking fashion in their undergarments.

Using first quality materials, Punto Blanco has taken underwear from a wholly forgotten commodity to the current product requiring pattern and design features that make it a major player in the fashion world.

A high-end Spanish hosiery manufacturer founded in 1948, Punto Blanco has maintained a commercial network spanning five continents since 1953.

As a specialist and leading producer in the hosiery market, Punto Blanco offers a collection of socks to suit any occasion.

First quality materials and high technology come together to provide socks and undergarments that please the most discerning of shoppers.





Col·lecció / Colección / Collection

Let's rock & roll

Allibera't, deixa't portar pel teu cantó més salvatge, desprèn-te d'idees preconcebudes... "Let's walk on the wild side".

Trobades d'aires vintage i d'avantguarda. Allò minimalista es converteix en urbà d'una manera chic, allò nostàlgic en modern, allò esportiu en retro.

Creuem fronteres, trenquem esquemes entre el que ens és familiar i el que ens és desconegut. Fusionem conceptes i creem un estil de vida per a l'home que estima l'activitat física, la llibertat i l'elegància.

Barregem estils, per a l'home actual amb estil i identitat pròpia, perquè es trobi còmode en totes les ocasions... Esportiu-casual-atrevit-urbà-chic-minimalista-sensual... Per combinar com vulguis, amb texans, peces de vestir o de pell.

Presentem un retrat de contrastos amb una alta gamma de qualitat i desenvolupament tecnològic per una variada gamma de teixits i colors.

La funcionalitat de les peces íntimes dissenyades i desenvolupades per tal que l'usuari s'embolcalli amb Punto Blanco, amb una sensació de comoditat total i una actitud sensual.



Let's rock & roll

Libérate y déjate llevar por tu lado más salvaje, desprendiéndote de ideas preconcebidas... "let's walk on the wild side"

Encuentros de aires vintage y vanguardia. Lo minimalista se convierte en urbano de una manera chic, lo nostálgico en moderno, lo deportivo en retro.

Cruzamos fronteras, rompemos esquemas entre lo familiar y lo desconocido.

Fusionamos conceptos creando un estilo de vida para el hombre que ama la actividad física, la libertad y la elegancia.

Mezclamos estilos, para el hombre actual con estilo e identidad propia, para estar cómodo en todas las ocasiones... deportivo-casual-atrevido-urbano-chic-minimalista-sensual para combinar como quieras con jeans, prendas de vestir o de piel.

Presentamos un retrato de contrastes con una alta gama de calidad y desarrollo tecnológico por una variada gama de tejidos y colores.

La funcionalidad de las prendas íntimas diseñadas y desarrolladas para que el usuario se envuelva con Punto Blanco con una sensación de comodidad total y una actitud sensual.



Let's rock & roll

Liberate yourself and let you go into your savage side, give up the prejudiced ideas. Let's walk on the wild side.

Gatherings with a vintage and vanguard flair. The minimalist things become urban in a chic way, nostalgic becomes modern, and sport becomes retro.

We cross borders, break schemes between known and unknown styles.

We fuse concepts and create a way of life for the man who loves the physical activity, the freedom and the elegance.

We mix styles for the current man who has his own identity and style, to be comfortable in all occasions... sports, casual, intrepid, urban, chic, minimalist or sensual, to combine as you want with jeans, garment or leather articles.

We show a portrait of contrasts with quality of high end and a technological development for an assorted range of fabrics and colours.

The underwear are functional, because it is designed and developed to the shopper feels itself wrapped by Punto Blanco and has a sensation of total comfort, and a sensual attitude.



Marca comercial / commercial brand:
Punto Blanco

Adreça / dirección / address:
Av. Balmes, 16
08700 Igualada, Barcelona (SP)
Telèfon: +34 938 035 252
www.puntoblanco.com
azenon@puntoblanco.com

YERSE



28 / 01 / 2012 - 11,30h

Biografia / Biografía / Biography

Yerse va ser fundada per Lluís Generó i Domènech, el 1964, a Sabadell, i ha liderat la moda del gènere de punt durant molts anys.

40 anys després, Yerse experimenta una gran transformació cap a la consecució d'uns objectius de negoci ambiciosos. Per això es va adaptar als nous temps, amb una estratègia de diversificació de negoci basada en el disseny i la innovació.

Avui, les seves col·leccions es venen a més de 1.200 punts de venda a Espanya i a la resta d'Europa. Yerse compta amb dues col·leccions, més una de complements i distribueix les seves peces a botigues multimarca, botigues pròpies i espais propis en cadenes de grans magatzems com El Corte Inglés. Recentment ha inaugurat una nova botiga pròpia al carrer Lagasca de Madrid.

Amb la col·laboració d'Ariadne Artiles, Yerse llança aquest any la càpsula "Ariadne Artiles per a Yerse", una edició especial dissenyada per la model, en



exclusiva per a la marca.

Yerse fue fundada por Lluís Generó i Domènech en 1964 en Sabadell, liderando la moda de género de punto durante muchos años.

40 años después, Yerse experimenta una gran transformación hacia la consecución de unos ambiciosos objetivos de negocio. Para ello, se ha adaptado a los nuevos tiempos, siguiendo una estrategia de diversificación de negocio basada en el diseño y la innovación.

Hoy, sus colecciones se venden en más de 1.200 puntos de venta en España y el resto de Europa y cuenta con dos colecciones, más una de complementos, y distribuye sus prendas en tiendas multimarca, tiendas propias y espacios propios en la cadena de grandes almacenes como El Corte Inglés. Recientemente ha inaugurado una nueva tienda propia en la calle Lagasca de Madrid.

Con la colaboración de Ariadne Artiles, Yerse lanza este año la cápsula "Ariadne Artiles para Yerse", una edición especial diseñada por la modelo, en exclusiva para la marca.



Yerse was founded by Lluís Generó i Domènech in 1964 in Sabadell, city with a knitwear tradition, sector that the mark led for years.

Forty years later, Yerse is undergoing a profound transformation in efforts to achieve ambitious business goals. To this end the company has adapted to the times, following a business diversification strategy based on design and innovation

Today, its collections are sold in more than 1.200 sale points, in Spain, and the rest of Europe, and it has two collections and one collection of complements. Yerse distributes its articles in own shops, multi-brand shops, and own corners in "El Corte Inglés". Recently a new Yerse's shop has been inaugurated in the Lagasca street of Madrid.

With the collaboration of Ariadne Artiles, this year Yerse launches the "Ariadne Artiles for Yerse" capsule, an exclusive limited edition designed by the model for the brand.





Col·lecció / Colección / Collection

London Tour

Yerse s'inspira en Londres i la diversitat de la seva gent per crear la seva col·lecció Tardor-Hivern 2012/13. Un recorregut pels barris londinencs més emblemàtics ens descobreix una cultura plena d'història i d'art que ens inspira la col·lecció d'hivern.

Covent Garden es projecta amb colors vermells, combinacions clàssiques modernitzades amb quadres, ratlles i llunes, amb tendència colleague desenfadada sobre cotó i viscosa.

Portobello, amb les seves galeries i antiguitats plenes d'història, ens evoca un colorit profund, ple de matisos. Qualitats envoltants, textures polsoses, punts gruixuts, ganxets d'inspiració gràfica treballats artesanalment, brodats de puntes antics, flors liberty, motius botànics i estampats d'inspiració tapissera, ètnics amb aire vintage i tècniques que donen un efecte bohemí a les peces. Spitafields ens inspira peces d'estil relaxat, amb talls oversize, però amb un toc de glamur. Peces femenines de teixits vaporosos, sedes, faldilles i vestits llargs. Samarretes que juguen amb les capes i enriqueixen el look i superfícies com la pell, amb aspecte vintage, i els anoracs de plomes lleugers.



London Tour

Yerse se inspira en Londres y la diversidad de sus gentes para su colección de Otoño-Invierno 2012/13. Un recorrido por los barrios londinenses más emblemáticos nos descubre una cultura llena de historia y arte que inspira la colección de invierno.

Covent Garden se proyecta en colores rojos, combinaciones clásicas modernizadas con cuadros, rayas y topes con tendencia colleague desenfadada sobre algodón y viscosa.

Portobello, con sus galerías y antigüedades repletas de historia nos evocan un colorido profundo, lleno de matices. Calidades envolventes, texturas polvorientas, puntos gruesos, crochés de inspiración gráfica trabajados artesanalmente, bordados de encajes antiguos, flores liberty, motivos botánicos y estampados de inspiración tapicera, étnicos con aire vintage y técnicas que dan un efecto bohemí a las prendas. Spitafields, nos inspira prendas de estilo relajado, con cortes oversize, pero con un toque de glamur, prendas femeninas de tejidos vaporosos, sedas, faldas y vestidos largos. Camisetas que juegan con las capas enriqueciendo el look y superficies como la piel con aspecto vintage y los plumones ligeros.



London Tour

Yerse gets inspiration from London and the diversity of its people for his 2012/13 Autumn-Winter collection. A tour of London's most iconic neighbourhoods reveals a culture full of history and art that inspires the winter collection. Covent Garden is projected in red, modernized classic combinations with checks, stripes and moles with casual Colleague trend on cotton and viscose. Portobello, with its galleries and antique shops and their history, evoke a deep colouring, full of nuances. Enveloping qualities, dusty textures, thick knitwear, graphics-inspired crocheted handicrafts, antique lace embroidery, liberty flowers, botanical motifs and upholstery inspired patterns, vintage ethnic and techniques that give a bohemian effect to the garments. Spitafields inspires relaxed clothing style, with oversize cuts, but with a touch of glamour, women's clothing made with filmy fabrics, silks, skirts with layers, enriching the look and surfaces such as the vintage-looking skin and light pens.



Marca comercial / commercial brand:
Yerse

Adreça / dirección / address:
Ctra. Terrassa, 263
08205 Sabadell, Barcelona (SP)
Telèfon: +34 937 451 700
www.yerse.com
pep@yerse.com



DESFILADA DE CLOENDA
DESFILÉ DE CLAUSURA
CLOSING SHOW



PIERRE CARDIN

28 / 01 / 2012 - 13,00h

Biografia / Biografía / Biography

Dissenyador visionari, empresari exemplar i productor cultural, Pierre Cardin comença com aprenent de sastre a Saint-Étienne. El 1945, ja a París, treballa amb Paquin, Schiaparelli i Christian Dior. A partir del 1953, ja presenta col·leccions perfectament tallades, associant creativitat, atreviment i sentit del detall.

Del vestit bombolla al Mao, de la moda cosmonauta a la moda unisex, de l'hublot" a l'experimental i de la geometria al volum estructural, és el primer en desenvolupar el sistema de llicències i en obrir mercats a la Xina, el Japó i l'Extrem Orient.

Primer dissenyador que forma part de l'Acadèmia de Belles Arts, de l'Institut de França i de la diplomàcia de la UNESCO, Pierre Cardin ha estat un dels grans incentivadors de la cultura dels nostres dies.



Diseñador visionario, empresario ejemplar y productor cultural, Pierre Cardin empieza como aprendiz de sastre en Saint-Étienne. En 1945, ya en París, trabaja con Paquin, Schiaparelli y Christian Dior. A partir de 1953, ya presenta colecciones perfectamente cortadas, asociando creatividad, atrevimiento y sentido del detalle.

Del vestido burbuja Mao, de la moda cosmonauta a la moda unisex, del "hublot" al experimental y de la geometría al volumen estructural, es el primero en desarrollar el sistema de licencias y en abrir mercados en China, Japón y Extremo Oriente.

Primer diseñador que forma parte de la Academia de Bellas Artes del Instituto de Francia y de la diplomacia de la UNESCO, Pierre Cardin ha sido uno de los grandes incentivadores de la cultura de nuestros días.



Pierre Cardin is a visionary designer, an exemplary businessman and a cultural producer. He began as apprentice of tailor in Saint-Étienne. In 1945, already in Paris, he worked with Paquin, Schiaparelli and Christian Dior. From 1953, he presented well-cut collections, associating creativity, presumption and sense of the detail.

His way of create has been going from the bubble dress to the Mao, from the cosmonaut mode to the unisex fashion, from the "hublot" to the experimental concept, and from the geometry to the structural volume. Pierre Cardin was the first to develop the system of licenses and to open markets in China, Japan and Far East.

He is the first designer who belongs to the Academy of Fine Arts, the Institute of France and the diplomacy of the UNESCO. Pierre Cardin has been one of the big promoters of the culture nowadays.





L'imprévu de Pierre Cardin

Dissenyador / diseñador / designer:
Pierre Cardin

Marca comercial / commercial brand:
Pierre Cardin

Adreça / dirección / address:
La Costa, 9
08023 Barcelona (SP)
Tèlèfon: +34 93 254 78 32
www.pierrecardinespagne.com
pierrecardin@terra.es



MARXANDATGE
MERCHANDISING
MERCHANDISING



A la venda en el mostrador d'acreditació.
En venta en el mostrador de acreditación.
For sale at the accreditation counter.



Preu / Precio / Price : 15€



Preu / Precio / Price : 15€



Disseny / Diseño / Design: Eva Anguita



PATROCINADORS
PATROCINADORES
SPONSORS





l-con by ora-ito®
una síntesis perfecta
entre lo simple y lo complejo



Heineken recomienda el consumo responsable. 5º



Est. 1862
BACARDÍ



**ESENCIA
DE BACARDÍ
CON CAÑA
DE AZÚCAR
TOSTADA***

**CÓMPLICES
DEL SECRETO
DESDE 1862.**

Hace 150 años Don Facundo Bacardi creó BACARDÍ Elixir, una edición limitada que sólo compartía con sus amigos más íntimos, en secreto y en los momentos más especiales. La receta original ha sido custodiada durante el último medio siglo. Hoy BACARDÍ Elixir, la secreta esencia de BACARDÍ con aroma de caña de azúcar tostada, vuelve en su versión más contemporánea para que celebres con tus amigos más íntimos... aquella misteriosa complicidad de 1862.



www.disfruta-de-un-consumo-responsable.com 20°

BACARDÍ y la figura del murciélago son marcas registradas de Bacardi & Company Limited.
* BACARDÍ Elixir es una bebida espirituosa a base de ron con aroma de caña de azúcar tostada.



Nespresso. What else ?



VIVE EL COLOR EXPERIENCE Y CONSIGUE UN LOOK DE MODELO!

CABELLO X2 MÁS FORTIFICADO*

NEW CHROMATICS

COLORACIÓN PERMANENTE

RUPTURA TECNOLÓGICA:

- CERO AMONIACO. CERO OLOR
- RESULTADOS MULTIDIMENSIONALES
- COBERTURA HASTA 100%



SOLO
EN LOS MEJORES
SALONES
DE PELUQUERÍA

GET INSPIRED. BE PART OF IT.

WWW.REDKEN.ES



REDKEN

5TH AVENUE NYC

*Fortifica la cutícula del cabello reduciendo hasta 2 veces la rotura del cabello cuando se utiliza la coloración **CHROMATICS** con el Revelador Chromatics Crema-Aceite 20 vol. y lavado con champú Hair Cleansing Cream versus cabello no coloreado y lavado con un champú neutro.



truvía

El endulzante 0 calorías



de la **hoja de Stevia**

Truvía® llega a España para que puedas disfrutar de un estilo de vida saludable sin privarte de lo que más te gusta.

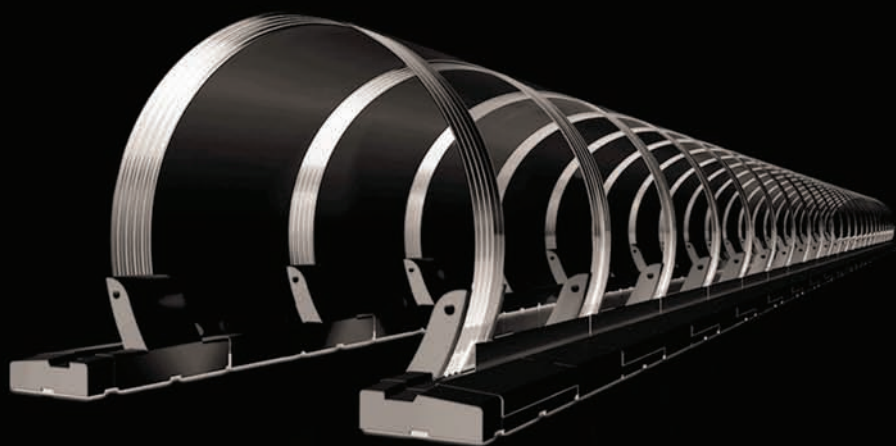
Es dulce por naturaleza y no tiene calorías
¡Si no lo pruebo, no lo creo!

Además de ayudarte a reducir el número de calorías en tu dieta,
también es apto para diabéticos y celíacos.



Azucarera®
la vida sabe mejor

www.truvia.com.es



TUBBO®

DESIGN GALLERIES FOR UNIQUE EVENTS

www.tubbo.com

Tubbo, sponsor oficial de 080 Barcelona Fashion

080
BARCELONA
FASHION



SEAT
GRUPO VOLKSWAGEN

MI NUEVO Mii



Para más información visita
www.euroncap.com

ENJOYNEERING

NUEVO SEAT Mii, DESDE 8.690 €

Seguro que estás convencido de que nadie te conoce mejor que tú mismo, pero ¡no es así! El nuevo SEAT Mii llega para hacerte descubrir una nueva y maravillosa parte de ti: esa que ama la ciudad por encima de todas las cosas. Fácil de aparcar y de conducción sencilla, el nuevo SEAT Mii hará que te muevas por territorios urbanos como pez en el agua. Porque cuenta con un equipamiento ultra práctico: sistema electrónico de estabilidad ESC, sensor de aparcamiento, Asistente de Frenada en Ciudad y el novedoso SEAT Portable System, con el que vas a poder controlar cómodamente desde el sistema de navegación hasta el Bluetooth®. Y es que el nuevo SEAT Mii llega para hacer las delicias de ese amante de la ciudad que todos llevamos dentro.

YouTube [.COM/TUSEAT](http://www.youtube.com/TUSEAT)

f [.COM/SEAT](http://www.facebook.com/SEAT)

t [.COM/TUSEAT](http://www.twitter.com/TUSEAT)

SOLICITA TU PRUEBA EN: **SEAT.ES/Mii**

Consumo medio combinado de 4,2 a 4,7 l/100 km. Emisiones de CO₂ de 97 a 108 g/km. PVP recomendado para Península y Baleares para SEAT Mii 1,0 44 kW (60 cv) Reference: 8.690 € (incluye IVA, impuesto de matriculación y transporte). Imagen acabado Mii Style.

HP recomienda Windows® 7.

disfruta del mejor

sonido



¡Escucha la música como nunca antes!



HP Pavilion dv6-6b02ss te ofrece máximo rendimiento con su procesador Intel® Core™ i7-2670QM y gracias a la tecnología exclusiva **b**beatsaudio, integrada, disfrutarás de un sonido de calidad profesional.

Everybody On

www.hp.es

© 2012 Hewlett-Packard Development Company, L.P. Todos los derechos reservados. HP no se responsabiliza de los errores u omisión técnica o editoriales que pudiera contener el presente documento. Precios válidos para Península y Baleares. Intel, el logotipo Intel, Intel Inside, Intel Core y Core Inside son marcas o marcas registradas de Intel Corporation o de sus filiales en Estados Unidos y en otros países. Para obtener más información sobre la valoración del procesador Intel, consulte www.intel.es/ranking. Microsoft, Windows y Windows Mobile son marcas registradas de Microsoft Corporation en Estados Unidos y en otros países. Todos los demás nombres se indican a título informativo únicamente y pueden ser marcas comerciales de sus respectivos propietarios.

HP ePRINT. IMPRIME ESTÉS DONDE ESTÉS



www.hp.es/eprint



Entre horas, cuídate

Tu nuevo **SNACK**  Crunchy
sin aceite
sin azúcares añadidos
sin conservantes
sin colorantes
sin gluten
con todo lo natural de la fruta





REFRESHINGLY UNIQUE

Bien fría, sin hielo y con una rodaja de limón.
Disfruta del refresco más natural.

TOTEVIGNAU

PEOPLE FOR EVENTS

AZAFAT@S/HOSTESSES FASHION CONFERENCE, PROTOCOL AND TOP, MODELS, PHOTOGRAPHY AND EVENTS, DRIVERS, GOGO'S, ACTORS,



UNIFORMS, DESIGN AND MANUFACTURE OF CORPORATIVE UNIFORMS, STYLING, MAKE-UP, TRAINING, SPECIAL PROFILES, ALL KIND EXTRAS

ANIMATORS, TASK FORCE, RECEPTIONISTS, PERSONAL ASSISTANTS, SPECIAL GIFTS DELIVERY, DEMONSTRATORS, CHEERLEADERS, DANCERS

MORE THAN 20 YEARS EXPERIENCE, SERVICE 24 HOURS 365 DAYS, NACIONAL-INTERNATIONAL COVERAGE, +349 3418 1985, BARCELONA

ELEGANCE IS AN ATTITUDE

www.totevignau.com



Le Chef catering



Le Chef va ser creada el any 1995 com empresa de restauració especialitzada en el servei de càtering selectiu d'alta gama dirigit a empreses y particulars. Des de sempre, el nostre afany ha estat oferir un servei de màxima qualitat i personalitzat adaptant-nos a les necessitats de cada client, convertint cada esdeveniment en quelcom especial i únic. Le Chef Càtering és sinònim d'equilibri en la fusió de tots els elements que intervenen en l'esdeveniment. Fem de les teves idees, realitats. De les teves realitats, èxits. Dels teus èxits la confiança per als pròxims esdeveniments. Les nostres ofertes gastronòmiques estan elaborades amb productes de primera qualitat, basades en una cuina moderna i creativa amb fons tradicional ideada per sorprendre't. La conjugació perfecta de tots aquests elements, s'aconsegueix amb un equip de persones il·lusionat, molt professional i que adoren el que fan. Del nostre equilibri, el teu èxit.



Le Chef fue creada en el año 1995 como empresa de restauración especializada en el servicio de catering selectivo de alta gama dirigido a empresas y particulares. Desde siempre, nuestro afán ha sido ofrecer un servicio de máxima calidad y personalizado adaptándonos a las necesidades de cada cliente, convirtiendo cada evento en algo especial y único. Le Chef Catering es sinónimo de equilibrio en la fusión de todos los elementos que intervienen en el evento. Hacemos de tus ideas, realidades. De tus realidades, éxitos. De tus éxitos la confianza para los próximos eventos. Nuestras ofertas gastronómicas están elaboradas con productos de primera calidad, basadas en una cocina moderna y creativa con fondo tradicional ideada para sorprenderte. La conjugación perfecta de todos estos elementos, se consigue con un equipo de personas ilusionado, muy profesional y que adoran lo que hacen. De nuestro equilibrio, tu éxito.



Le Chef was established in 1995 as a catering company specialized in high-end catering high-end for selective targeted companies and individuals. Historically, our aim has been to offer a high quality service and custom tailored to the needs of each customer, turning every event into something special and unique. Le Chef Catering is synonymous of balance in the fusion of all elements involved in the event. We make your ideas reality. Your reality, success. The success in confidence for upcoming events. Our culinary offerings are made with top quality products, based on a modern and creative cuisine with traditional background designed to surprise you. The perfect combination of all these elements is achieved with an enthusiastic, very professional team that they love what they do. In our balance, your success.





Fundada a Toronto (Canadà) el 1984, avui M·A·C forma part de l'empresa Estée Lauder i és considerada com una de les marques més influents i destacades de la indústria cosmètica. Creada per satisfer les necessitats dels maquilladors professionals, M·A·C s'ha convertit en la primera marca de maquillatge professional que arriba al punt de venda. M·A·C és present als backstages de les passarel·les de moda més importants del món (Nova York, París, Milà, Londres, etc.) També està involucrada en causes socials. Així, el 1994 es va crear el "Fons M·A·C de lluita contra la sida", al qual es destina el 100% de les vendes de les barres de llavis i gloss Viva Glam i les targetes de felicitació Kids Helping Kids. Per a més informació: www.maccosmetics.es



Fundada en Toronto (Canadá) en 1984, hoy M·A·C forma parte de la compañía Estée Lauder y está considerada como una de las marcas más influyentes y destacadas de la industria cosmética. Creada para satisfacer las necesidades de los maquilladores profesionales, M·A·C se ha convertido en la primera marca de maquillaje profesional que llega al punto de venta. M·A·C está presente en los backstages de las pasarelas de moda más importantes del mundo (Nueva York, París, Milán, Londres, etc.) También está involucrada en causas sociales. Así, en 1994 se creó el "Fondo M·A·C de lucha contra el sida", al que se destina el 100% de las ventas de las barras de labios y brillos Viva Glam y las tarjetas de felicitación "Kids Helping Kids". Para más información: www.maccosmetics.es



Founded in 1984 to support the needs of professional makeup artists, is one of the most influential and successful companies in the global cosmetics industry. The cornerstones of M·A·C's success – innovation, originality and inventiveness – set it apart from any other cosmetics brand. Today, M·A·C, which is owned by The Estée Lauder Companies, stands at the forefront of fashion, beauty and popular culture. The professional makeup artists who work at freestanding M·A·C stores and retail partner counters, are a diverse range of M·A·C-trained men and women who with the inimitable M·A·C enthusiasm and style, deliver knowledgeable and exceptional service to customers around the world creating the "theatre" for which M·A·C stores and counters are known. Since its inception, M·A·C AIDS Fund, established in 1994 and known as the "heart and soul", has raised more than \$180 million for men, women and children affected by AIDS. More information: www.maccosmetics.es



Busquis el que busquis, a Hoteles Catalonia t'ho podem oferir: Sentir, viure, gaudir, relaxar-se, compartir, dormir, estimar, viatjar, descansar, activar-se, degustar, cuidar, imaginar, buscar, emprendre, riure, guanyar, rebre, agrair, celebrar, enamorar-se...

La teva cadena d'experiències, 55 hotels, 17 destinacions
www.hoteles-catalonia.com

Descobreix el teu hotel a Barcelona, Catalonia Ramblas. DESCANSA després d'un dia esgotador, GAUDEIX de la cuina del restaurant Pelai, DEIXA'T MIMAR amb els nostres massatges i tractaments, DESCOBREIX Barcelona des del cor de la ciutat. COMPARTEIX AMB NOSALTRES: 080 Barcelona Fashion.



Busques lo que busques, en Hoteles Catalonia te lo podemos ofrecer: Sentir, vivir, disfrutar, relajarse, compartir, dormir, amar, viajar, descansar, activarse, degustar, cuidar, imaginar, buscar, emprender, reír, ganar, recibir, agradecer, celebrar, enamorarse...

Tu cadena de experiencias, 55 hoteles, 17 destinos
www.hoteles-catalonia.com

Descubre tu hotel en Barcelona, Catalonia Ramblas. DESCANSA después de un día agotador, DISFRUTA de la cocina del restaurante Pelai, DEJATE MIMAR con nuestros masajes y tratamientos, DESCUBRE Barcelona desde el corazón de la ciudad. COMPARTE CON NOSOTROS: 080 Barcelona Fashion.



No matter what you are looking for, Hoteles Catalonia will make it happen: Feel, live, enjoy, relax, share, sleep, love, travel, rest, move, delight, care, imagine, search, start, laugh, win, get, thank, celebrate, fall in love...

*The hotel group for your experiences: 55 hotels, 17 destinations
www.hoteles-catalonia.com*

Discover your hotel in Barcelona, Catalonia Ramblas. RELAX after a long day, ENJOY our cuisine in Pelai restaurant, LET US PAPER YOU with our massages and treatments, DISCOVER Barcelona from the heart of the city. SHARE WITH US: 080 Barcelona Fashion



Organització, Coordinació i Direcció:
Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Ocupació
Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM)

www.ccam.cat
ccam@gencat.cat

Producció, Direcció artística i Càsting:
ESMA Proyectos

Prensa Nacional, RRPP i Patrocinis:
Equipo Singular

Prensa Internacional:
TOTEM Fashion

Maquetació:
Joan Laparra

Impressió:
Dilograf, SL

Edita:
© Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Ocupació
Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM)
C/ Provença, 339
08037 Barcelona

1a edició
1.000 exemplars
Barcelona, gener de 2012

Dipòsit Legal
B.3533-2012



WWW.080BARCELONAFASHION.CAT



**Generalitat
de Catalunya**



**MUSEU
FREDERIC
MARÈS**

MU·H·BA
MUSEU D'HISTÒRIA DE BARCELONA

actm
Cluster Tèxtil Moda de Catalunya

