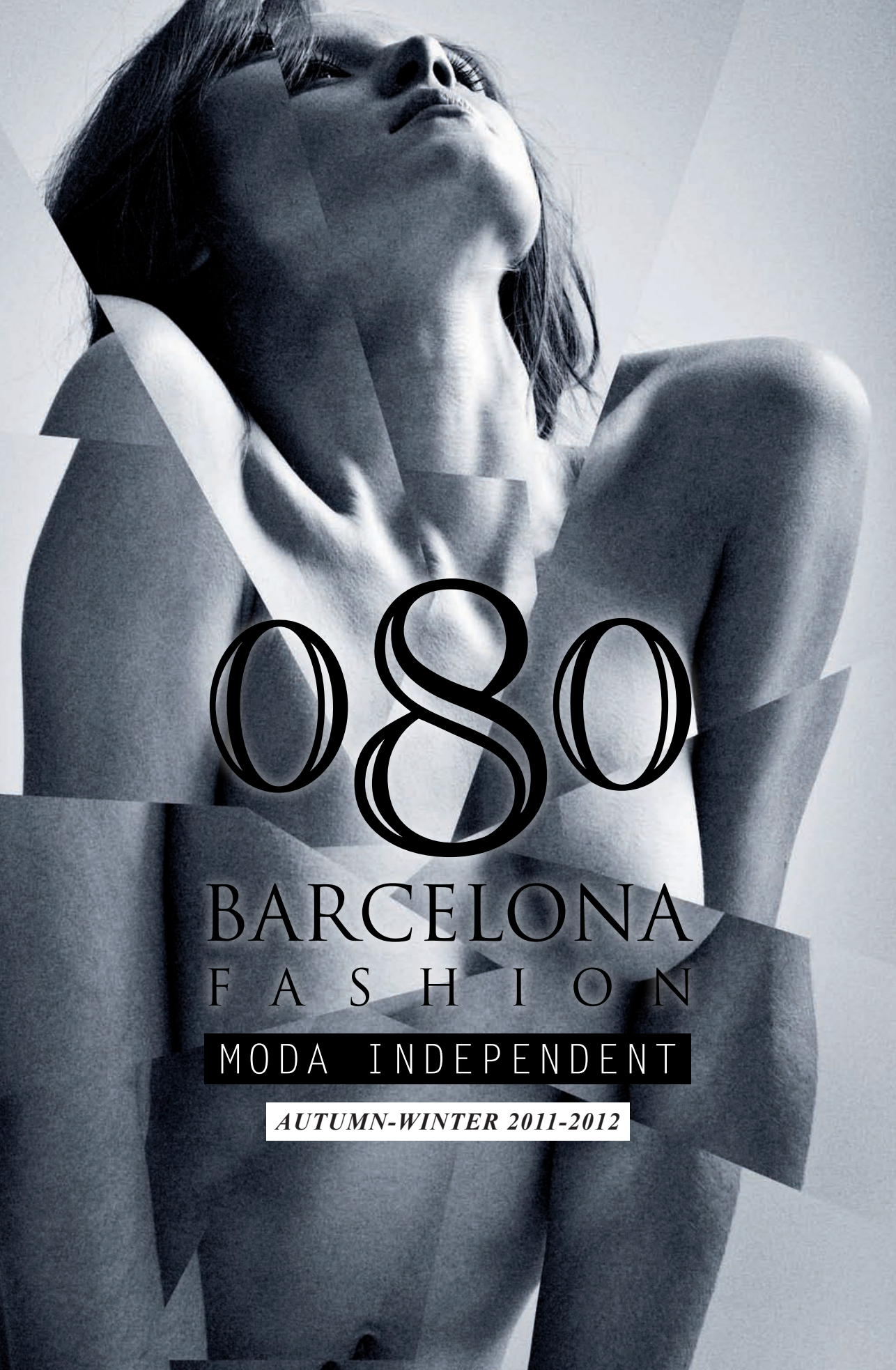




080

BARCELONA
F A S H I O N

MODA INDEPENDENT

AUTUMN-WINTER 2011-2012

080

BARCELONA
F A S H I O N

MODA INDEPENDENT

AUTUMN-WINTER 2011-2012

EL CONCEPTE DEL 080 BARCELONA FASHION

*

La creativitat i la innovació són els conceptes que inspiren el 080 Barcelona Fashion, sense oblidar la importància del mercat i la necessitat de donar sortida comercial a la moda.

El 080 Barcelona Fashion va néixer el juliol del 2007, amb l'objectiu de ser una plataforma per donar visibilitat als dissenyadors independents i esdevenir un referent del disseny i la moda d'avantguarda a escala internacional.

El 080 Barcelona Fashion és una iniciativa que impulsa el Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya, mitjançant el Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya.

Aquesta és la setena edició d'un esdeveniment que, des de l'edició pilot que va tenir lloc el juliol de 2007, ha anat creixent i ha anat consolidant-se fins al punt d'ocupar un espai en el circuit de la moda independent i convertir-se en una cita ineludible de la moda i el disseny d'avantguarda, tot transformant Barcelona en un aparador de primer ordre a escala mundial de les noves tendències catalanes i internacionals.

El 080 Barcelona Fashion aposta per la «cultura de la moda» en un sentit integral i pretén ser més que una passarel·la de moda. Per a la setena edició, s'han organitzat una sèrie d'activitats paral·leles i taules rodones que de segur tindran una bona acollida i apropiaran la moda encara més al carrer.

EL CONCEPTO DE 080 BARCELONA FASHION

*

La creatividad y la innovación son los conceptos que inspiran 080 Barcelona Fashion, sin olvidar la importancia del mercado y la necesidad de dar salida comercial a la moda.

080 Barcelona Fashion nació en julio de 2007 con el objetivo de ser una plataforma para los diseñadores independientes y convertirse en un referente del diseño y de la moda de vanguardia a escala internacional.

080 Barcelona Fashion es una iniciativa que impulsa el Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya a través del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Catalunya.

Esta es la séptima edición de un evento que, desde su edición piloto celebrada en julio de 2007, ha ido creciendo y consolidándose hasta el punto de ocupar un espacio en el circuito de la moda independiente y convertirse en una cita ineludible de la moda y del diseño de vanguardia, transformando Barcelona en un escaparate de primer orden a escala mundial de las nuevas tendencias catalanas e internacionales.

080 Barcelona Fashion apuesta por la “cultura de la moda” en un sentido integral y pretende ser más que una pasarela de moda. Para esta séptima edición, se han organizado una serie de actividades paralelas y mesas redondas que con toda seguridad tendrán buena acogida y acercarán aún más la moda a la calle.

THE 080 BARCELONA FASHION CONCEPT

*

080 Barcelona Fashion is driven by the concepts of creativity and innovation, while acknowledging the importance of the market and of the need to sell fashion.

080 Barcelona Fashion was founded in July 2007 with the aim of being a platform for raising the profile of independent designers and becoming a benchmark for leading-edge design and fashion at international level.

080 Barcelona Fashion is an initiative promoted by the Government of Catalonia, Ministry of Enterprise and Labour, through the Consortium of Trade, Crafts and Fashion of Catalonia.

This is the seventh edition of an event that has been growing in size and importance since the pilot show in July 2007, carving out a place for itself on the independent fashion circuit and becoming an obligatory date for leading-edge fashion and design. 080 Barcelona Fashion transforms Barcelona into a world class stage for showcasing new Catalan and international trends.

080 Barcelona Fashion is committed to 'fashion culture' in its broadest sense and aspires to be much more than a fashion runway. The seventh edition includes a series of parallel activities and round tables that are sure to be extremely popular and bring fashion even closer to the general public.



ÍNDEX ÍNDICE INDEX

*Programa/
Programa/
Program*

10

*Jurat/
Jurado/
Jury members*

14

*Dissenyadors/
Diseñadores/
Designers*

22

- 24 *Juan Antonio Ávalos*
- 26 *Montse Liarte*
- 28 *Brain & Beast*
- 30 *Karlotalaspalas*
- 32 *Tsolo Munkh*
- 34 *Justicia Ruano 9PM*
- 38 *Miquel Suay*
- 42 *Miriam Ponsa*
- 46 *Josep Abril*
- 48 *Txell Miras*
- 50 *Cardona Bonache*
- 52 *Juun.J*
- 56 *Krizia Robustella*
- 58 *Omar Kashoura*
- 62 *Celia Vela*
- 64 *Schipper/Arques*
- 68 *Manuel Bolaño*
- 70 *Yiorgos Eleftheriades*

Showroom

72

*Patrocinadors/
Patrocinadores/
Sponsors*

82

*Col.laboradors/
Colaboradores/
Contributors*

92

DESFILADES / DESFILADES / FASHION SHOWS

31 / 01 / 2011

16,00h

Juan Antonio Ávalos

(Home / Hombre / Man)

17,00h

Montse Liarte

(Dona / Mujer / Woman)

18,30h

Brain & Beast

(Dona i Home / Mujer y Hombre / Woman and Man)

19,30h

Karlotalaspalas

(Home / Hombre / Man)

20,30h

Tsolo Munkh

(Dona / Mujer / Woman)

01 / 02 / 2011

11,00h

Justicia Ruano 9PM

(Dona / Mujer / Woman)

12,00h

Miquel Suay

(Home / Hombre / Man)

13,30h

Miriam Ponsa

(Dona / Mujer / Woman)

16,00h

Josep Abril

(Home / Hombre / Man)

17,00h

Txell Miras

(Dona / Mujer / Woman)

18,30h

Cardona Bonache

(Dona / Mujer / Woman)

19,30h

Juun.J

(Home / Hombre / Man)

20,30h

Krizia Robustella

(Dona / Mujer / Woman)

02 / 02 / 2011

11,00h

Omar Kashoura

(Home / Hombre / Man)

12,00h

Celia Vela

(Dona / Mujer / Woman)

13,30h

Schipper/Arques

(Dona / Mujer / Woman)

16,00h

Manuel Bolaño

(Dona / Mujer / Woman)

17,30h

Yiorgos Eleftheriades

(Dona i Home / Mujer y Hombre / Woman and Man)

SHOWROOM

31 / 01 / 2011

13,00h - 20,00h

01 / 02 / 2011

10,00h - 20,00h

02 / 02 / 2011

10,00h - 17,30h

FESTA / FIESTA / PARTY

1 / 02 / 2011 · 23,00h

Lloc / Lugar / Place: **Shôko (pg. Marítim de la Barceloneta, 36)**

Festa Oficial

080 Barcelona Fashion

Gran festa al Shôko amb un menú musical servit per DJ Coco (Nitsa, Primavera Sound) i DJ Johann Wald (MTV).

Fiesta Oficial

080 Barcelona Fashion

Gran fiesta en Shôko con un menú musical servido por DJ Coco (Nitsa, Primavera Sound) y DJ Johann Wald (MTV).

080 Barcelona Fashion

Official Party

A great party in Shôko with a musical menu served up by DJ Coco (Nitsa, Primavera Sound) and DJ Johann Wald (MTV).

Cal tenir invitació / Necesaria invitación / By invitation only

TAULES RODONES / MESAS REDONDAS / ROUND-TABLE DEBATES

31 / 01 / 2011 · 17,45h

Lloc / Lugar / Place: Espai Multidisciplinar / Espacio Multidisciplinar / Multidisciplinar Area

Comunicació i Moda.

L'impacte de les xarxes socials en les estratègies de comunicació tant de les marques ja consolidades com de les noves. Com connectar i maximitzar la relació amb els fans.

Comunicación y Moda.

El impacto de las redes sociales en las estrategias de comunicación tanto de marcas establecidas como de nuevas firmas. Cómo conectar y maximizar la relación con los fans.

Fashion and Communication.

The impact of social networks on communication strategies developed by both well-established brands and new firms. How to connect and get the most out of your relationship with fans.

1 / 02 / 2011 · 17,30h

Lloc / Lugar / Place: Espai Multidisciplinar / Espacio Multidisciplinar / Multidisciplinar Area

El Mercat de la Moda Avui.

Noves estratègies de venda, preus i distribució. Botigues físiques contra botigues online, o millor una combinació de les dues?

El Mercado de la Moda Hoy.

Nuevas estrategias de venta, precios y distribución. Tienda física contra tienda online, ¿o mejor una combinación de ambas?

Today's Fashion Market.

New sales, pricing and distribution strategies. Physical shop compared to online shop, or is it better to have a combination of both?

2 / 02 / 2011 · 12,30h

Lloc / Lugar / Place: Espai Multidisciplinar / Espacio Multidisciplinar / Multidisciplinar Area

Moda "Made in Catalunya"

Evolució recent de la creació de moda a Catalunya. Noves oportunitats per als nostres creadors en un mercat global i com aprofitar-les.

Moda "Made in Catalunya"

Evolución reciente de la creación de moda en Catalunya. Nuevas oportunidades para nuestros creadores en un mercado global y cómo aprovecharlas.

Fashion "Made in Catalonia"

The recent progress of fashion creation in Catalonia. New opportunities for our creative professionals in a global market and how to make the most of them.

Cal inscriure's per participar / Es necesario inscribirse para participar / You must be registered in order to participate · www.080barcelonafashion.com

EXPOSICIONS / EXPOSICIONES / EXHIBITIONS

31 / 01 / 2011
10,00h - 21,00h

01 / 02 / 2011
10,00h - 21,00h

02 / 02 / 2011
10,00h - 17,30h

*Lloc / Lugar / Place: **Village 080 Barcelona Fashion***

RESIDENTS.

Capturem l'univers particular dels dissenyadors establerts a Barcelona que presenten col·lecció en aquesta edició de 080 a través d'una sèrie de retrats a càrrec de Cristian di Stefano i ubica a cadascun d'ells en l'entorn urbà amb el que més s'identifiquen.

RESIDENTS.

Capturamos el universo particular de los diseñadores afincados en Barcelona que presentan colección en esta edición de 080 a través de una serie de retratos a cargo de Cristian di Stefano que ubica a cada uno de ellos en el entorno urbano con el que más se identifican.

RESIDENTS.

We capture the personal world of Barcelona-based designers presenting their collections in this edition of 080 with a series of portraits by Cristian di Stefano, who places each of them in the urban environment where they feel most at home.

*Lloc / Lugar / Place: **Espai Multidisciplinar / Espacio Multidisciplinar / Multidisciplinar Area***

(RE)VISTES DE BARCELONA.

Un recorregut per la nostra vibrant escena de moda a través d'una selecció d'editorials realitzades per les millors revistes de tendències i cultura juvenil de la ciutat: Vice, lamono, Metal, H magazine, Rocket Magazine, b-guided, Paper Planes Magazine i Singular Magazine.

(RE)VISTES DE BARCELONA.

Un recorrido por nuestra vibrante escena de moda a través de una selección de editoriales realizadas por las mejores revistas de tendencias y cultura juvenil de la ciudad: Vice, lamono, Metal, H Magazine, Rocket Magazine, b-guided, Paper Planes Magazine y Singular Magazine.

(RE)VISTES DE BARCELONA.

A look at our vibrant fashion scene through a selection of editorial pieces published by the city's best trends and youth culture magazines: Vice, lamono, Metal, H Magazine, Rocket Magazine, b-guided, Paper Planes Magazine y Singular Magazine.

Accés lliure / Libre acceso / Free access

OFF

4 / 02 / 2011 · 20,00h

Lloc / Lugar / Place: **KR Store Backyard (c/Montsió, 6 bis Barcelona)**

KR Store Backyard presenta
080 2011 Backstage by Gerard
Estadella

KR Store Backyard presenta
080 2011 Backstage by Gerard
Estadella

KR Store Backyard presents
080 2011 Backstage by Gerard
Estadella.

Accés lliure / Libre acceso / Free access

13 / 12 / 2010 - 28 / 2 / 2011 · 10,00h - 19,00h

Lloc / Lugar / Place: **Palau Robert (Passeig de Gràcia, 107 Barcelona)**

L'exposició "Barcelona Alta
Costura" mostra l'eclosió i
hegemonia de la moda catalana

La exposición "Barcelona Alta
Costura" muestra la eclosión y
hegemonía de la moda catalana

The "Barcelona Alta Costura"
("Haute Couture Barcelona")
Exhibition Shows the Birth and
Ascendency of Catalan Fashion

Accés lliure / Libre acceso / Free access

2 / 02 / 2011 · 00,30h- 03,30h

Lloc / Lugar / Place: **CDLC (Passeig Marítim, 32)**

Festa de Cloenda
Heineken 080 Barcelona
Fashion

Fiesta de Clausura
Heineken 080 Barcelona
Fashion

Heineken 080 Barcelona
Fashion Closing Party

*Cal tenir acreditació de 080 (aforament limitat) / Necesaria acreditación de 080 (aforo limitado) /
You must have a 080 accreditation (limited capacity)*

ALTRES / OTROS / OTHER

31 / 01 / 2011 · 17,30h

Lloc / Lugar / Place: **Espai Multidisciplinar / Espacio Multidisciplinar / Multidisciplinary Area**

Presentació del llibre INDEX.
Barcelona's Fashion
Environment per DizyDíaz i
Nacho Larrazabal.

Presentación del libro INDEX.
Barcelona's Fashion
Environment por DizyDíaz y
Nacho Larrazabal.

INDEX book launch.
Barcelona's Fashion
Environment by DizyDíaz and
Nacho Larrazabal.

Accés lliure / Libre acceso / Free access



JURAT
JURADO
JURY



JEAN PAUL CAUVIN

Immers en el món de la moda des de fa més d'una dècada, Jean Paul Cauvin va ser mànager de la top-model Laetitia Casta i també director de màrqueting de Torrente, firma d'alta costura de París. La seva carrera professional en el sector de la moda i el luxe va començar després de treballar en un dels principals canals de televisió de França: France 2. Coordinant les seves habilitats com a escriptor i fashionista, va començar a treballar per a un web de moda independent americà, FashionWindows, pel qual va realitzar la tasca de corresponsal a les setmanes de la moda de Nova York, Milà i París. En aquests moments, és editor de moda a Fashion Daily News, una revista creada per a professionals de parla francesa del món de la moda i la bellesa. També és el corresponsal europeu de la revista il·lustrada libanesa Nadine Mode i col·labora regularment com a periodista amb dos importants webs francesos que tracten sobre la moda d'autor i l'alta costura: Puretrend.com i Prestigium.com.

Inmerso en el mundo de la moda desde hace más de una dècada, Jean Paul Cauvin fue mànager de la top-model Laetitia Casta y también director de marketing de Torrente, firma de alta costura de París. Su carrera profesional en el sector de la moda y el lujo comenzó tras trabajar en una de las principales cadenas televisivas de Francia: France 2. Aunando sus habilidades como escritor y fashionista, comenzó a trabajar en una web de moda independiente americana, FashionWindows, para la que realizó la tarea de corresponsal en las semanas de la moda de Nueva York, Milán y París. En estos momentos es editor de moda en Fashion Daily News, una revista creada para profesionales francoparlantes del mundo de la moda y la belleza. También es el corresponsal europeo de la revista ilustrada libanesa Nadine Mode y colabora regularmente como periodista con dos importantes webs francesas que tratan sobre la moda de autor y la alta costura: Puretrend.com y Prestigium.com.

A fashion insider for more than a decade, Jean Paul Cauvin has been the manager of top-model Laetitia Casta as well as the marketing director for Paris-based haute-couture house Torrente. His professional involvement in the world of fashion and luxury came about after working at a major French television channel, France 2. To hone his writing skills and fashion knowledge he then started to work with an independent American fashion website, FashionWindows, covering the fashion weeks of New York, Milan and Paris. He is currently the Senior Fashion Editor of Fashion Daily News, a printed magazine targeting French-speaking professionals in the fields of fashion and beauty. He is also the current European correspondent for the Lebanese glossy Nadine Mode and a regular journalist for two major French websites concentrating on designer fashion and haute couture: Puretrend.com and Prestigium.com.

MARIA LUISA

Maria Luisa, coneguda compradora de moda, d'estil i de glamour indiscutibles, ofereix la selecció més atractiva d'exclusives peces de disseny franceses i internacionals. Els triomfadors actuals del sector de la moda li deuen part del seu èxit: John Galliano, Manolo Blahnik, Philip Treacy, Rick Owens, Bernhard Willhelm, Véronique Branquinho... A la seva boutique d'exposició (un concepte basat en el seu propi vestidor), la jet-set, els avantguardistes més sofisticats i glamurosos i els fanàtics de la moda creen un frenesí fashion que faria empal·lidir fins i tot els millors relacions públiques... Maria Luisa, considerada la personificació de l'estil francès, és la veritable encarnació del món de la moda.

Esta legendaria compradora de moda, estilo y glamour indiscutibles ofrece la selección más atractiva de exclusivas prendas de diseño francesas e internacionales. Los talentos actuales del sector de la moda le deben parte de su éxito: John Galliano, Manolo Blahnik, Philip Treacy, Rick Owens, Bernhard Willhelm, Véronique Branquinho... En su boutique de exposición (un concepto basado en su propio vestidor), la jet-set, los vanguardistas más sofisticados y glamurosos y los fanáticos de la moda crean un frenesí fashion que haría palidecer de envidia incluso a los mejores relaciones públicas... Maria Luisa, considerada la personificación del estilo francés, es la verdadera encarnación del mundo de la moda.

This legendary buyer of undisputable style and flair offers the most exciting selection of exclusive French and international designer brands. The discovery of many of today's hottest talent is, in part, thanks to her: John Galliano, Manolo Blahnik, Philip Treacy, Rick Owens, Bernhard Willhelm, Véronique Branquinho... In her showcase boutique, a concept based on her personal dressing room, the jet-set, the sophisticated, the glamorously avant-garde and the fanatical create a fashion frenzy that would make even the best professional PR turn pale. Maria Luisa, considered the epitome of french style, is the very incarnation of fashion.

JINA KHAYYER

Jina Khayyer, de 35 anys i establerta a París, és periodista i escriptora. És l'editora, a París, del diari alemany Frankfurter Allgemeine Zeitung i és col·laboradora habitual de publicacions destacades d'Amsterdam, Londres i Berlín com Fantastic Man, the Gentlewoman, 032c i Condé Nast. Fa més d'una dècada que treballa en el món de la moda i també col·labora en projectes de fotògrafs com Sarah Moon.

Jina Khayyer va estudiar a Alemanya, a la prestigiosa Escola d'Art Bauhaus, on va cursar estudis de pintura abstracta i, posteriorment, periodisme. Durant la seva carrera, va ajudar a marques com ACNE a introduir-se a nous mercats, va llençar la publicació de revistes de la Generació Y com Glamour i ELLEgirl i va ser directora de moda de diferents publicacions com Stern i Neon. Abans de traslladar-se a París el 2007, va ser professora a l'escola alemanya de moda Akademie für Mode und Design. Ara, seguint la moda internacional, l'art i l'escena del disseny, fa reportatges sobre moda, art, disseny i fenòmens socials. La seva atenció no se centra tant en les tendències com en el talent i la sostenibilitat. Viaja contínuament a París i Nova York, on ocasionalment imparteix classes a Parsons, The New School For Design.

Jina Khayyer, de 35 años y establecida en París, es periodista y escritora. Es la editora en París del diario alemán Frankfurter Allgemeine Zeitung y colaboradora habitual de publicaciones destacadas de Amsterdam, Londres y Berlín como Fantastic Man y the Gentlewoman, la revista de cultura 032c y la publicación Condé Nast. Lleva trabajando en moda más de una década y también colabora en trabajos con fotógrafos como Sarah Moon.

Jina Khayyer se formó en Alemania en la prestigiosa Escuela de Arte Bauhaus, donde cursó estudios de pintura abstracta y posteriormente estudió periodismo. Durante su carrera ha ayudado a marcas como ACNE a introducirse en nuevos mercados, lanzó revistas de la Generación Y como Glamour y ELLEgirl y fue directora de moda de varias publicaciones como Stern y Neon. Antes de trasladarse a París en 2007, fue profesora en la escuela alemana de moda Akademie für

Mode und Design. Ahora, siguiendo la moda internacional, el arte y la escena del diseño, hace reportajes sobre moda, arte, diseño y fenómenos sociales. Su atención se centra no tanto en las tendencias como en el talento y la sostenibilidad. Viaja continuamente a París y Nueva York, donde ocasionalmente imparte clases en Parsons, The New School For Design.

Jina Khayyer, 35 years old, is a journalist and writer based in Paris. She is the Paris-Editor to the German daily newspaper Frankfurter Allgemeine Zeitung and a regular contributor to leading publications like the Amsterdam and London based magazines Fantastic Man and the Gentlewoman; the Berlin based culture magazine 032c and the Condé Nast publication. Working in fashion for more than a decade she also collaborates on portfolios with photographers like Sarah Moon.

Educated in Germany at the well-established Bauhaus Art School Jina Khayyer studied abstract painting and later Journalism. Throughout her career she helped brands like ACNE enter new markets, she launched Generation Y magazines like Glamour and ELLEgirl and was fashion director for several publications like Stern and Neon. Before moving to Paris in 2007 she was a professor at the german fashion school Akademie für Mode und Design.

Now following the international fashion, art and design scene, she reports about fashion, art, design and social phenomenon. Her eyes focused not on trends but on talent and sustainability and she is commuting more and more between Paris and New York, where she occasionally holds lectures at Parsons, The New School For Design.

JEAN-PIERRE MOCHO

Jean-Pierre Mocho, de 66 anys, es va graduar a l'EDHEC Business School de Lille. Ha dedicat tota la seva carrera a la indústria de la moda: va ser director gerent i després director executiu de Jean-Pierre Sport. El 1985, director executiu de CIME i, posteriorment, de Jean-Pierre de Rouville. Ha estat elegit per ostentar la presidència de la Unió de París de Moda Femenina. L'any 2000 va ser nomenat president de la Federació Francesa de Moda Femenina (FFPAPF), càrrec que continua ocupant després de ser reelegit els anys 2007 i 2010. El 2006, fou nomenat director de la Unió Francesa d'Indústries Tèxtils (UFIH). Jean-Pierre Mocho és, també, president del Consell de Supervisió de SA SODES, encarregat de l'organització de la fira comercial de PRÊT À PORTER PARIS ®, i president de Mod'Spé Paris, un institut especialitzat en màrqueting i vendes de la indústria de la moda.

Jean-Pierre Mocho, de 66 años, se graduó en EDHEC Business School de Lille. Ha dedicado toda su carrera a la industria de la moda: fue director gerente y después director ejecutivo de Jean-Pierre Sport. En 1985, director ejecutivo de CIME y posteriormente de Jean-Pierre de Rouville. Ha sido elegido para ostentar la presidencia de la Unión de París de Moda Femenina. En el año 2000 fue nombrado presidente de la Federación Francesa de Moda Femenina (FFPAPF), puesto que sigue ocupando tras ser reelegido en los años 2007 y 2010. En 2006 fue nombrado director de la Unión Francesa de Industrias Textiles (UFIH). Jean-Pierre Mocho es también presidente del Consejo de Supervisión de SA SODES, encargado de la organización de la feria comercial de PRÊT À PORTER PARIS ®, y presidente de Mod'Spé Paris, un instituto especializado en marketing y ventas en la industria de la moda.

Graduated from EDHEC in Lille, Jean-Pierre Mocho, 66 years old, worked his entire career in the apparel industry: managing director then CEO of Jean-Pierre Sport, he became in 1985 CEO of CIME then Jean-Pierre de Rouville. He is designated to take the presidency of the Union of Paris Women's Fashion. Nominated in 2000 president of the French Federation of Womenswear (FFPAPF), he has been re-elected in 2007 and 2010. In 2006 he was appointed head of the French Union of Clothing Industries (UFIH). Jean-Pierre Mocho is also chairman of the Supervisory Board of SA SODES (Trade Fair organization PRÊT À PORTER PARIS ®) and president of Mod'Spé Paris, an institute specializing in marketing and sales for the fashion industry.

BENOIT MÉLEARD

Benoit Méléard dissenya col·leccions de calçat des de 1994 per marques com Robert Clergerie, Loewe, Helmut Lang, Charles Jourdan, Jeremy Scott i Alexander McQueen.

El 1997 va llançar la seva primera col·lecció de calçat experimental en passarel·les de moda de París.

El 2001 va llançar la seva primera col·lecció comercial titulada "Nothing" ("Res").

Maria Luisa, Jeffrey, Le Bon Marché i Bergdorf Goodman, entre altres retailers coneguts, són alguns dels seus primers clients.

La col·lecció Primavera-Estiu 2011 titulada "Manifest" és un tribut a la famosa dissenyadora de calçat americana Beth Levine. La col·lecció es donarà a conèixer el gener de 2011.

Benoit Méléard diseña colecciones de calzado desde 1994 para marcas como Robert Clergerie, Loewe, Helmut Lang, Charles Jourdan, Jeremy Scott y Alexander McQueen.

En 1997 lanzó su primera colección de calzado experimental en pasarelas de moda de París.

En 2001 lanzó su primera colección comercial titulada "Nothing" ("Nada").

Maria Luisa, Jeffrey, Le Bon Marché y Bergdorf Goodman, entre otros conocidos retailers, son algunos de sus primeros clientes.

La colección Primavera-Verano 2011 titulada "Manifest" ("Manifiesto") es un tributo a la renombrada diseñadora de calzado americana Beth Levine. La colección se dará a conocer en enero de 2011.

Benoit Méléard has been designing footwear collections since 1994 for brands such as Robert Clergerie, Loewe, Helmut Lang, Charles Jourdan, Jeremy Scott and Alexander McQueen.

In 1997, he began his own collection of experimental shoes, launching them in Paris fashion shows.

In 2001, he launched his first commercial collection entitled "Nothing."

His first customers include Maria Luisa, Jeffrey, Le Bon Marché and Bergdorf Goodman among other famous retailers.

This Spring-Summer 2011 collection entitled "Manifest" is a tribute to the renowned American shoes designer Beth Levine. The collection will be released in January 2011.

RAMÓN FANO CUERVAS- MONS

*Co-fundador i Co-director de l'estudi creatiu
Ipsum Planet*

Co-fundador i Co-director de la revista Neo2

Director de Moda de la revista Neo2

Autor de la novel·la "La moda mata (pero no engorda)"

Com a creatiu de Ipsum Planet ha treballat per a clients com: Lois, Pull and Bear, Oysho, Springfield, Cartier, ICEX (Moda de España) etc.

Jurat a: Swiss Textile Awards, Pasarela Cibeles, Pasarela Mustang del FIB,

Projectes final de carrera a ESDemGA, projectes final de carrera a IED, etc.

Articulista ocasional de El Tentaciones (El País)

Conferenciant esporàdic a disgust

Ex-membre de comitès no reconeguts de les passarel·les Cibeles i El Ego

Membre del col·lectiu de DJ's. Soni Render

*Co-fundador y Co-director del estudio creativo
Ipsum Planet*

Co-fundador y Co-director de la revista Neo2

Director de Moda de la revista Neo2

Autor de la novela "La moda mata (pero no engorda)"

Como creativo de Ipsum Planet ha trabajado para clientes como: Lois, Pull and Bear, Oysho, Springfield, Cartier, ICEX (Moda de España) etc.

Jurado en: Swiss Textile Awards, Pasarela Cibeles, Pasarela Mustang del FIB,

Proyectos fin de carrera en ESDemGA, proyectos fin de carrera en IED, etc.

Articulista ocasional de El Tentaciones (El País)

Conferenciante esporádico a disgusto

Ex-miembro de comités no reconocidos de las pasarelas Cibeles y El Ego

Miembro del colectivo de DJ's. Soni Render

*Co-founder and Co-director of Ipsum Planet
creative studio*

Co-founder and Co-director of Neo2 magazine

Fashion Director of Neo2 magazine

Author of the novel "La moda mata (pero no engorda)" ("Fashion kills (but it doesn't make you fat)")

As creative partner at Ipsum Planet he has worked for clients such as: Lois, Pull and Bear, Oysho, Springfield, Cartier, ICEX (Moda de España), and many others.

Jury member for: Swiss Textile Awards, Pasarela Cibeles, FIB Pasarela Mustang,

Final Year Projects at ESDemGA, Final Year Projects at IED, etc.

Occasional contributor for El Tentaciones magazine (El País)

Sporadic and reluctant conference presenter

Ex-member of unofficial committees at Cibeles and El Ego fashion weeks

Member of the Soni Render DJ group



DISSENYADORS
DISEÑADORES
DESIGNERS



JUAN ANTONIO ÁVALOS

*

31 / 01 / 2011 16:00h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

Juan Antonio Ávalos és el jove dissenyador espanyol que dona vida a la firma homònima de prêt-à-porter masculí fundada el 2009.

Va estudiar Disseny de Moda a FDModa, Barcelona. Durant aquest període col·labora amb professionals en diferents àmbits del món de la moda i rep el seu primer premi, "Tu Stilo, Tu Studio" de L'Oréal Paris, a Madrid.

El 2007 finalitza els seus estudis, i obté el tercer premi a la millor col·lecció, durant aquest any treballa per a la firma Antonio Miró.

Amb només tres col·leccions en el mercat, Juan Antonio és considerat una de les promeses del disseny espanyol; de fet, la seva primera col·lecció va merèixer el premi Catalunya Dissenyador Emergent en la primera edició del 080 Barcelona Fashion, la qual cosa li va donar l'embranchida necessària per formar-se a París durant l'any 2008 amb els dissenyadors Bernhard Willhelm, i va desenvolupar els prints de la col·lecció femenina SS 09, i Thomas Engel Hart.

A més, ha col·laborat amb firmes com ara Nike, Converse o Superga i fotògrafs com Björn Tagemose i Daniel Riera.

En l'edició de juliol de 2010 de la 080 Barcelona Fashion Week va ser guardonat amb el premi a la millor col·lecció masculina.

Juan Antonio Ávalos es el joven diseñador español que da vida a la firma homónima de prêt-à-porter masculino fundada en 2009.

Estudió Diseño de Moda en FDModa, Barcelona. Durante este periodo colabora con profesionales en distintos ámbitos del mundo de la moda y recibe su primer premio "Tu Stilo, Tu Studio" de L'Oréal Paris, en Madrid.

En 2007 finaliza sus estudios, graduándose con el tercer premio a la mejor colección, período durante el cual trabaja para la firma Antonio Miró.

Con sólo tres colecciones en el mercado, Juan Antonio es considerado como una de las promesas del diseño español, de hecho, su primera colección fue merecedora del premio "Catalunya Dissenyador Emergent" en la primera edición de 080 Barcelona Fashion, lo que le catapultó a

París para formarse durante el año 2008 con los diseñadores Bernhard Willhelm, desarrollando los prints de la colección femenina SS 09, y Thomas Engel Hart.

Además ha colaborado con firmas como Nike, Converse o Superga y fotógrafos como Björn Tagemose y Daniel Riera.

Ganador del premio 080 Barcelona Fashion a la mejor colección masculina, de la edición de julio 2010, Barcelona.

Juan Antonio Ávalos is the young Spanish designer behind the eponymous prêt-à-porter brand for men founded in 2009.

He studied fashion design in FDModa, Barcelona. During this period he worked with professionals in various fields of fashion and won his first award "Your Stilo, Your Studio" for L'Oréal Paris, Madrid.

In 2007 he completed his studies, graduating with the third prize for best collection; he was working for Antonio Miró at that time.

With only three collections on the market, Juan Antonio is considered one of the up and coming designers on the Spanish scene, in fact, his first collection was worthy of the "Catalunya Dissenyador Emergent" prize at the first 080 Barcelona Fashion event. The award catapulted him to Paris where in 2008 he worked with designers Bernhard Willhelm, developing the prints of the women's collection SS 09 and Thomas Engel Hart.

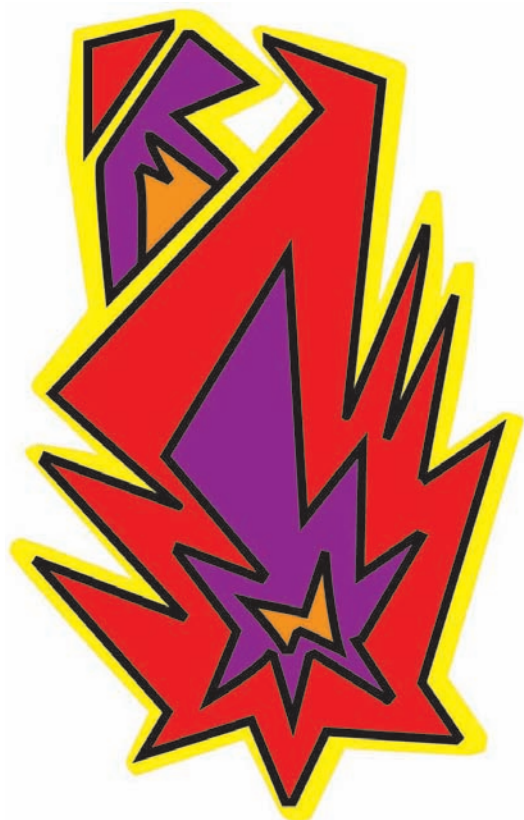
He has also worked with brands such as Nike, Converse and Superga and with photographers as Björn Tagemose and Daniel Riera.

He was the winner of "Best menswear collection 080 Barcelona Fashion Week July 2010".



**COL·LECCIÓ / COLECCIÓN /
COLLECTION**

CONSTRUCTIVISM FROM RUSSIA WITH LOVE



DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:
Juan Antonio Ávalos

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:
JUAN ANTONIO ÁVALOS

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:
*C/ Mare de Déu dels Àngels, 35 Local
08921, Santa Coloma de Gramenet, Barcelona (SP)
TEL.: +34 933 856 251 / +34 661 313 080
www.juanantonioavalos.net | jaa@juanantonioavalos.com*

MONTSE LIARTE

*

31 / 01 / 2011 17:00h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

Montse Liarte es va diplomar en disseny de moda el 2006 a l'escola BAU (Barcelona), i va completar els seus estudis amb cursos de sastreria i de perfeccionament de tècniques de costura.

Comença a treballar amb Elisa Amann en la segona línia de Josep Font, i col·labora amb Desigual.

El 2007 guanya el "Premi modaFAD millor col·lecció 2007" i el premi Gilles-Rosier París, en la celebració del "Premi Catalunya Dissenyadors Emergents 2007".

El 2008 es trasllada a treballar a París, i entra a formar part de l'equip del dissenyador Lutz, treballa en diferents àrees com són el patronatge, el disseny o la producció.

El gener de 2009 torna a Barcelona i crea la seva pròpia marca "Montse Liarte", basada en una línia personal. Estructurada, sòbria i urbana, agafa els valors tradicionals de vestir i els transforma en un estil modern, utilitzant la sastreria i donant al detall la rellevància que es mereix dins de les peces. Com les persones, les peces estan plenes de petits matisos que són el que confereixen importància a la peça de roba.

Les seves tres col·leccions anteriors han estat presentades al "080 Barcelona Fashion Week"; ss2010 "Passé Recomposé" / fw 2010-11 "Fly the bird's way" / ss2011 "Focal Point".

Montse Liarte, diplomada en diseño de moda en el 2006 por la escuela BAU (Barcelona), completó sus estudios de diseño con cursos de sastrería y perfeccionamiento de técnicas de costura. Empieza a trabajar con Elisa Amann para la segunda línea de Josep Font y Desigual.

En 2007 gana el "Premi modaFAD millor col·lecció 2007" y el "Premi Gilles-Rosier París" dentro del "Premi Catalunya Dissenyadors Emergents 2007".

En 2008 se traslada a París, donde entra a formar parte del equipo del diseñador Lutz, trabaja en



distintas áreas como el patronaje, el diseño, la producción...

En enero de 2009 vuelve a Barcelona y crea su propia marca "Montse Liarte", basada en una línea personal, estructurada, sobria y urbana. Utiliza los valores tradicionales de vestir y los transforma en un estilo moderno, utilizando la sastrería y dando al detalle la importancia que se merece dentro de la prenda. Igual que las personas, las prendas están llenas de pequeños matices que son los que dan la importancia a la prenda.

Sus tres colecciones anteriores han sido presentadas en "080 Barcelona Fashion Week"; ss2010 "Passé Recomposé" / fw 2010-11 "Fly the bird's way" / ss2011 "Focal Point".

Montse Liarte graduated in Fashion Design from the BAU School (Barcelona) in 2006. She completed her studies with courses in tailoring and advanced sewing techniques.

She started working with Elisa Amann for Josep Font's second line and for Desigual.

In 2007, she won the "Premi ModaFAD Millor Col·lecció 2007" and "Premi Gilles-Rosier París" awarded at the "Premi Catalunya Dissenyadors Emergents 2007" event.

In 2008, she moved to Paris, where she worked for the fashion designer Lutz in different sections such as design, pattern, sewing and production.

In January 2009, she returned to Barcelona creating her own brand "Montse Liarte", based on a personal, structured, sober and urban line, taking traditional dressing values and transforming them into a modern style, using tailoring and giving

detail the attention it deserves on the garment. In the same way as people, clothes are full of small nuances that give garments their importance.

Her three previous collections have been shown at "080 Barcelona Fashion Week"; ss2010 "Passé Recomposé" / fw 2010-11 "Fly the bird's way" / ss2011 "Focal Point".

COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

FRACTAL

Tot respon i es manifesta seguint el mateix patró geomètric; des de la partícula més petita fins a nosaltres mateixos, constitueix la base de la nostra naturalesa. La forma geomètrica més important d'aquest patró natural és Vesica Piscis ('forma ocular') i és l'origen dels 5 cossos platònics que junts conformen la realitat. Aquesta forma més simple és la base estructural de les formes geomètriques més complexes.

"Només existeix una realitat i tota és la mateixa geometria." (D. Melchizedek)

Tot segueix un patró, unes proporcions, i nosaltres imitem aquests patrons naturals, basats en la geometria per crear. "Els fractals ens permeten convertir el nostre punt d'observació propi en el centre, per comprendre i organitzar el nostre entorn" (N. Haremein)

FRACTAL es basa en aquesta geometria i l'aplica als volums, a les formes i a les proporcions de les peces, en teixits que van des del neoprè a les sedes en colors negres, grisos i fucsias.

FRACTAL

Todo responde y se manifiesta siguiendo el mismo patrón geométrico. Desde la partícula más pequeña hasta nosotros mismos, y esto constituye la base de nuestra naturaleza. La forma geométrica más importante de este "patrón natural" es Vesica Piscis (forma ocular) y es el origen de los 5 cuerpos platónicos que juntos conforman la realidad. Esta forma más simple es la base estructural de las formas geométricas más complejas.

"Sólo existe una realidad y toda es la misma geometria." (D. Melchizedek)

Todo sigue un patrón, unas proporciones y nosotros imitamos estos patrones naturales, basados en la geometría, para crear. "Los fractales nos permiten convertir nuestro propio punto de observación en

el centro para comprender y organizar nuestro entorno". (N. Haremein)

FRACTAL se basa en esta geometría aplicándola a los volúmenes, a las formas y a las proporciones de las prendas, en tejidos que van desde el neopreno a las sedas en colores negros, grises y fucsias.

FRACTAL

Everything responds to and shows itself following the same geometric pattern, from the smallest particle to ourselves, forming the basis of our nature. The most important geometric shape of this "natural pattern" is Vesica Piscis (ocular shape) and is the origin of the five platonic bodies which together make reality. The simplest shape is the structural basis of the most complicated geometric shapes.

"There is only one reality and it is all the same geometry" (D. Melchizedek)

Everything follows a pattern and proportions, and to create, we imitate these natural patterns based on geometry.

"Fractals allow us to make our own observation point into the centre to understand and organise our environment" (N. Haremein)

FRACTAL is based on this geometry, applying it to the volumes, shapes and proportions of the clothes, in textiles ranging from neoprene to silks, in black, grey and fuchsia shades.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:
Montse Liarde Soler

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:
MONTSE LLARTE

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:

C/ Taxdirt, 57-59- Esc.5 Local 2

08025, Barcelona (SP)

TEL.: +34 679 272 467

www.montseliarte.com | info@montseliarte.com

BRAIN & BEAST

*

31 / 01 / 2011 18:30h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

L'any 1999 l'Àngel comença el seu propi projecte després de finalitzar els estudis a la Facultat de Belles Arts de la Universitat de Barcelona, al Centro Superior de Diseño de Moda de Madrid (CSDMM, Universidad Politécnica) i al London College of Fashion.

Després de treballar per a algunes marques comercials, ha mostrat les seves col·leccions a Barcelona (CIRCUIT i Passarel·la Gaudí), Madrid (Espacio Cibeles, SIMM) i París (WORKSHOP).

Ara, amb BRAIN & BEAST, ofereix un punt de vista personal sobre la indumentària de l'home i de la dona d'avui dia.

L'alta qualitat i la personalitat han estat sempre presents en els seus dissenys, treballant per a persones reals que viuen en un món real.

L'Àngel, a més a més, continua la seva tasca docent impartint classes de disseny de moda a l'Institut Català de la Moda, i de disseny de vestuari per a arts escèniques a l'Institut Europeo di Design (IED), a l'Escola de les Arts i Tècniques de la Moda (EATM) i a la Facultat de Belles Arts de la Universitat de Barcelona.

L'any 2009 l'Àngel ha estat guardonat amb el Premi de la Crítica Teatral i el Premi Butaca pel millor disseny de vestuari.

la Moda, y como profesor de Diseño de Vestuario en Artes Escénicas en el Instituto Europeo di Design (IED), la Escuela de las Artes y las Técnicas de la Moda (EATM) y en la Facultad de Bellas Artes de la Universitat de Barcelona.

Ángel fue galardonado el pasado 2009 con el Premio de la Crítica Teatral al Mejor Diseño de Vestuario y con el Premi Butaca.

In 1999, after finishing his Fine Arts studies at Universitat de Barcelona, Fashion Design at CSDMM (Universidad Politécnica de Madrid) and London College of Fashion, and designing for a few mainstream brands, Àngel starts his own project.

He has shown his collections in Barcelona (CIRCUIT i Passarel·la Gaudí), Madrid (Espacio Cibeles, SIMM) and París (WORKSHOP).

Now, at BRAIN & BEAST, he offers his point of view about 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.

He also continues to teach Fashion Design at Institut Català de la Moda and Costume Design at Instituto Europeo di Design (IED), EATM and College of Fine Arts (Universitat de Barcelona). Àngel won the Critics' Best Costume Designer Award and the Butaca Award to the Best Costume Design in 2009.

En 1999, después de acabar 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 Politécnica) y en el London College of Fashion, y de trabajar para algunas marcas comerciales, Àngel comienza su proyecto propio.

Ha mostrado sus colecciones en Barcelona (CIRCUIT y Passarel·la Gaudí), Madrid (Espacio Cibeles, SIMM) y París (WORKSHOP).

Ahora, con BRAIN & BEAST, ofrece un personal punto de vista 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.

Àngel, además, continúa su labor docente como profesor de Diseño de Moda en el Institut Català de





COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

- Décalogue (Part I / MURK). Winter 2011 - 2012 -

com

... un passeig nocturn pels carrers buits...
... un paisatge sota la llum de la lluna plena...
... un somni tranquil...

així

... una paleta de color amb veladures fosques...
... avellana, blau Prússia, granat, maragda, gris perla,
porpra, negre...
... estructures còmodes per a home i dona...

amb

... llanes merino i caixmir en tricot...
... popelins i batistes en camiseria...
... sedes rentades en vestits...
... llanes shetland, tartans...
... guants, bufandes, corbates...

- Décalogue (Part I / MURK). Winter 2011 - 2012 -

como

... un paseo nocturno en calles vacías ...
... un paisaje alumbrado por la luz de la luna ...
... un sueño tranquilo ...

así

... una paleta de color velada de oscuro ...
... avellana, azul prusia, granate, esmeralda, gris perla,
púrpura, negro ...
... estructuras cómodas para hombre y mujer ...

con

... lanas merino y cashmere en tricot ...
... popelines y batistas en camisería ...
... sedas lavadas en vestidos ...

... lanas shetland, tartanes ...
... guantes, bufandas, corbatas ...

- Décalogue (Part I / MURK). Winter 2011 - 2012 -

as

... a night walk in empty streets ...
... a landscape under the moonlight ...
... a quiet dream ...

how

... a dark / bright color palette ...
... walnut, prussian blue, anthracite, maroon, emerald,
pearl grey, purple, black ...
... comfortable silhouettes for men and women ...

with

... merino and cashmere wools for knitwear ...
... soft cottons for shirts ...
... stoned washed silks in shirts and dresses ...
... shetland wools, tartans ...
... gloves, scarfs, ties ...

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:
Ángel Vilda

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:
BRAIN & BEAST

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:
Gran de Gracia, 15 - Ppal 1ª
08012 Barcelona (SP)
TEL/FAX : +34 932 380 191
www.brainandbeast.com | info@brainandbeast.com

KARLOTALASPALAS

*

31 / 01 / 2011 19:30h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

Karlota Laspalas (Pamplona, 1981) és una jove dissenyadora amb residència a Barcelona. Va cursar estudis de disseny de moda a l'Escola Superior de Disseny i Moda Felicidad Duce on va obtenir el premi a la millor col·lecció de la seva promoció (2008). Ha presentat les seves col·leccions en nombrosos concursos i passarel·les d'Europa com ara Múrcia, Bilbao, Gorizia, Berlín, Madrid i Barcelona, on ha aconseguit diversos premis pel seu treball. En l'actualitat compagina el disseny i la producció de la seva pròpia marca karlotalaspalas amb la realització de vestuari i encàrrecs privats.

En la cinquena edició de 080 Barcelona Fashion, va ésser una de les guanyadores del premi 080 Barcelona Fashion.

Karlota Laspalas (Pamplona, 1981) es una joven diseñadora establecida en Barcelona.

Cursó estudios de Diseño de Moda en la Escuela Superior de Diseño y Moda Felicidad Duce, obteniendo el premio a la mejor colección de su promoción (2008). Ha presentado sus colecciones en numerosos concursos y pasarelas de Europa como Murcia, Bilbao, Gorizia, Berlín, Madrid y Barcelona, consiguiendo diversos premios por su trabajo. En la actualidad compagina el diseño y producción de su propia firma, karlotalaspalas, con la realización de vestuario y encargos privados. En la quinta edición de 080 Barcelona Fashion, fue una de las ganadoras del premio 080 Barcelona Fashion.

Karlota Laspalas (Pamplona, 1981) is a young designer based in Barcelona. She studied fashion design at the Escuela Superior de Diseño y Moda Felicidad Duce, where she won the prize for best collection of her graduation year (2008). She has presented her collections in numerous competitions and European gateways such as Murcia, Bilbao, Gorizia, Berlin, Madrid and Barcelona and has won several awards for her work. In addition to designing and producing her own signature line, karlotalaspalas, she also works in costume design and takes private commissions.

She was one of the of the 080 Barcelona Fashion award at the fifth edition of this event.





**COL·LECCIÓ / COLECCIÓN /
COLLECTION**

- TIME -
KARLOTALASPALAS
AUTUMNWINTER / 11 – 12 / COLLECTION

*Longevitat
data d'inici
data final
La natura és canvi
creix,
es manté
i es desintegra
en un procés de dissolució
constant.
És el cicle complet
de la vida i la mort,
de creixement
i decadència.*

- TIME -
KARLOTALASPALAS
AUTUMNWINTER / 11 – 12 / COLLECTION

*Longevidad
fecha inicio
fecha final
La naturaleza es cambio
crece,
se mantiene
y se desintegra
en un proceso de disolución
constante.
Es el ciclo completo
de la vida y la muerte,
de crecimiento
y decadencia.*

- TIME -
KARLOTALASPALAS
AUTUMNWINTER / 11 – 12 / COLLECTION

*Longevity
Start date
end date
Nature is change
it grows,
remains
and disintegrates
in a process of dissolution
constant.
Is the complete cycle
of life and death
growth
and decay.*

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:
Karlota Laspalas

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:
KARLOTALASPALAS

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:
*Gran Via de les Corts Catalanes 476 1º 1ª
08015, Barcelona (SP)
TEL.: +34 93 292 86 99 / +34 630 05 71 27
www.karlotalaspalas.com | karlota@karlotalaspalas.com*

TSOLO MUNKH

*

31 / 01 / 2011 20:30h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

Tsolmandakh Munkhuu va créixer a Mongòlia.

Es trasllada a França el 2005 i estudia a l'Atelier Chardon Savard.

Ara, instal·lada a París, els seus projectes creatius segueixen estant influenciats en gran mesura pel món de les estepes; malgrat que alguns dels seus dissenys s'inspiren en Mongòlia i en elements budistes tradicionals, no dubta en agafar algunes idees dels detalls del món que l'envolta.

Les seves creacions combinen brodats, pintures, plects amb materials reciclats i l'ús de grans volums contrasta amb la fluïdesa dels tall.

El 2010, guanya el Public Award of the Hyères Festival i llença la seva pròpia marca poc temps després.

Tsolmandakh Munkhuu creció en Mongolia.

Se traslada a Francia en 2005 y estudia en el Atelier Chardon Savard.

Ahora instalada en París, sus proyectos creativos siguen estando influenciados en gran medida por el mundo de las estepas; a pesar de que algunos diseños están inspirados en Mongolia y elementos budistas tradicionales, no duda en tomar algunas ideas de los detalles del mundo que la rodea.

Sus creaciones combinan bordados, pinturas, pliegues con materiales reciclados y el uso de grandes volúmenes contrasta con la fluidez de los cortes.

En 2010, gana el Public Award of the Hyères Festival, y lanza su propia marca poco tiempo después.

Tsolmandakh Munkhuu grew up in Mongolia.

She moves to France in 2005 and studies at the Atelier Chardon Savard.

Now based in Paris, her creative projects are still heavily influenced by the steppes universe; but even though some designs are inspired by Mongolian and Buddhist traditional elements, doesn't hesitate to take some ideas from details of the worlds surrounding her.

Her creations combine embroidery, paintings, creasing of recovered materials, and her use of ample volumes contrast with the cuts' fluidity.

In 2010, she wins the Public Award of the Hyères Festival, and launches her very own brand shortly after that.





COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

La seva col·lecció transposa certs elements d'una cultura budista a través de peces contemporànies, com per exemple, els motius de cranis i esquelets que podem trobar brodats, tallats o transcrits en materials sobre els quals s'ha treballat hàbilment. Aquests dissenys es combinen amb volums imponents que són el resultat de plecs, aplicacions i capes. Mentre certes línies s'inspiren en elements tradicionals (xarretes) o en hàbits de monjos (en particular en el barret cerimonial del gran lama), aquesta dissenyadora també s'inspira en les formes dels filtres d'aire dels cotxes. Els efectes drapajats accentuen la teatralitat d'aquesta col·lecció que és un cúmul d'energia, poder i força mística. Del negre monocromàtic, emergeixen les Amazones, les quals posseeixen una imponent estatura i gambada victoriosa.

Su colección traspone ciertos elementos de la cultura budista a través de prendas contemporáneas. Como por ejemplo, los motivos de cráneos y esqueletos que encontramos bordados, cortados, transcritos en materiales sobre los que se ha trabajado hábilmente. Estos diseños se combinan con volúmenes imponentes, que son el resultado de pliegues, aplicaciones y capas. Mientras ciertas líneas se inspiran en elementos tradicionales (charreteras), o en hábitos de monjes (en particular en el sombrero ceremonial del gran lama), esta diseñadora también se ha inspirado en las formas de los filtros de aire de los coches. Los efectos drapeados acentúan la teatralidad de esta colección, que es un cúmulo de energía, poder y fuerza mística. De este negro monocromático emergen las Amazonas, quienes poseen una

imponente estatura y una zancada victoriosa.

Her collection transposes, through contemporary clothes, certain elements of Buddhist culture. For example, the motifs of skeletons and skulls are to be found embroidered, cut out, re-transcribed, in materials that have been skillfully reworked. These designs are combined with imposing volumes, which are the result of pleating, appliqués, and layering. Whilst certain lines are inspired by traditional elements (epaulettes), or by monk's clothes (notably the ceremonial headgear of the Grand Lama), this designer has also taken inspiration from the use of shapes in car air filters. The draped effects accentuate the theatricality of this collection, which is an accumulation of energy, power, and mystical force. From this monochrome black emerge Amazonians, who possess an imposing stature and a conquering stride.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:
Tsolmandakh Munkhuu

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:
TSOLO MUNKH

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:
15 rue Gambey
75011, Paris, France
TEL: +33 635 368 984
ts_mandakh@yahoo.fr

JUSTICIA RUANO 9PM

*

01 / 02 / 2011 11:00h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

Nascuda i criada entre Almeria i Granada, inicià la seva vocació als onze anys amb un curs de costura i patronatge que durant tres anys li va permetre conèixer la professió des de la base.

En acabar els estudis de C.O.U. a Granada, als 18 anys, es trasllada a Barcelona per completar la seva formació. Diplomada en Disseny, es va especialitzar en Teixit de Plana a l'Escola d'Arts Tècniques de la Moda, actual E.S.D.I.

Als 21 anys, aconsegueix el seu primer treball com a responsable de la col·lecció de Plana de la marca catalana System Action, càrrec que exerceix durant cinc anys.

Als 26, Mango es posa en contacte amb ella i hi treballa durant un any com a dissenyadora. Al cap d'aquest any, és responsable de dirigir el departament de disseny de plana, càrrec que ocupa durant 11 anys.

Després d'aquesta experiència, decideix assolir un nou repte professional i obre el seu propi estudi de disseny, realitza col·leccions com a free-lance per a marques com ara Escorpión (responsable de plana), Vanity Fair (llenceria), Laplaia (moda de bany) i TCN.

El 2009 llença la seva pròpia marca, 9PM, especialitzada en vestits de còctel i de festa, utilitza teixits nobles, amb brodats elaborats artesanalment.

Ha participat en diferents salons com ara WHO'S NEXT, SIMM o COPCA París.

Nacida y criada en Almería y Granada, inicia su vocación a los once años al realizar un curso de corte, confección y patronaje que, durante tres años, le permite conocer la profesión desde la base.

Cuando a los 18 años termina C.O.U. en Granada, se traslada a Barcelona para completar su formación. Diplomada en diseño, especializada en tejidos de calada (tejido a la plana) en la Escola d'Arts Tècniques de la Moda, actual E.S.D.I.

A los 21 años consigue su primer trabajo como responsable de la colección de diseño a la plana de la marca catalana System Action, labor que desempeña durante cinco años.

A los 26 años, Mango se pone en contacto con ella y trabaja durante un año como diseñadora. Al año se le encomienda la responsabilidad de dirigir el departamento de diseño a la plana, puesto que ocupa durante once años.

Tras esta experiencia decide iniciar una nueva andadura profesional y abrir su propio estudio de diseño, realiza colecciones free-lance para marcas como Escorpión (responsable de diseño a la plana), Vanity Fair (lencería), Laplaia (ropa de baño) y TCN.

En 2009 crea su propia marca, 9PM, especializada en vestidos de cóctel y fiesta con tejidos nobles y bordados elaborados artesanalmente. Participa en diferentes salones como WHO'S NEXT, SIMM o COPCA París.

Born and raised in Almeria and Granada (Spain), her vocation began when she was 11 and she studied a tailoring and design course for three years, giving her a good grounding in the basis of her chosen profession.

Having completed C.O.U. (University Preparation Course) aged 18 at high school in Granada, she moved to Barcelona to complete her training. She obtained a degree in Design, specialising in openwork (woven fabric) in the Escola d'Arts Tècniques de la Moda, now E.S.D.I.

At aged 21, she got her first job as woven collection manager for the Catalan brand, System Action and worked in this job for five years.

At the age of 26, she was called by MANGO and worked there as a designer for one year. After that year, she is given the responsibility for managing the woven design department and stayed in this job for 11 years.

After this experience, she decided to embark on a new career challenge by opening her own design studio as a freelancer and making collections for brands such as Escorpión (woven collection manager), Vanity Fair (lingerie), Laplaia (beach couture) and TCN.

In 2009, she launched her own brand, 9PM, focused on cocktail and evening dresses, using luxury fabrics with elaborate handmade embroidered. She has participated in various competitions such as WHO'S NEXT, SIMM, COPCA París.



COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

HOTEL DECO

Un lloc on desitgem que es trobin a gust, es diverteixin i mirin amb alegria i optimisme cap al futur. Cada habitació està inspirada i dedicada a alguns dels grans artistes que durant els anys vint i trenta del segle XX van regalar a la nostra civilització el seu treball, la seva visió del món i la seva fantasia.

L'essència Decó vesteix les parets d'aquesta col·lecció.

Formes geomètriques, focus de llum i estructures rectilínies projecten un mostrari de teixits de qualitat excepcional: seda, vellut, jacquard amb brillantors metàl·liques... Destaquem el desenvolupament exclusiu i artesanal dels nostres brodats, que s'alien amb el color per crear dues paletes cromàtiques lluminoses i intenses: la gamma bronze i la gamma or.

És llavors quan el teixit dibuixa la línia de la col·lecció. Destaquen els vestits brodats, drapejats i asimètrics, que juntament amb altres peces ofereixen el look total. Peces estilitzades que vesteixen una dona femenina, sòbria però chic. Detalls que intensifiquen el caràcter decoratiu i ornamental del període Decó que, traslladat a aquesta col·lecció, crea un paral·lelisme entre la dona d'ahir i la d'avui. D'un art decoratiu de gran repercussió a una col·lecció que li ret homenatge.

HOTEL DECO

Un lugar donde deseamos que se encuentren a gusto, se diviertan y miren con alegría y optimismo hacia el futuro. Cada habitación está inspirada y dedicada a algunos de los grandes artistas que durante los años 20 y 30 regalaron a nuestra civilización su hacer, su visión del mundo y su fantasía.

La esencia Deco viste las paredes de esta colección. Formas geométricas, focos de luz y estructuras

rectilíneas proyectan un muestrario de tejidos de excepcional calidad: seda, terciopelo, jacquar con destellos metálicos..., destacamos el desarrollo exclusivo y artesanal de nuestros bordados, que se alían con el color para componer dos paletas cromáticas luminosas e intensas: la gama bronce y la gama oro.

Es entonces cuando el tejido dibuja la línea de la colección. Destacan los vestidos bordados, drapeados y asimétricos que, junto a otras prendas, ofrecen el total look. Prendas estilizadas que visten a una mujer femenina, sobria pero chic. Detalles que intensifican el carácter decorativo y ornamental del periodo Deco, que trasladado a esta colección, crea un paralelismo entre la mujer de ayer y la de hoy. De un arte decorativo de gran repercusión a una colección que le rinde homenaje.

HOTEL DECO

A place where we want you to feel comfortable, have fun and view the future in a happy and optimistic way. Each room is inspired by and dedicated to some of the great artists who rewarded our civilisation with their work, their vision of the world and their imagination during the 20s and the 30s.

The Deco essence dresses the walls of this collection. Geometrical shapes, spotlights and straight line structures project a collection of fabrics of exceptional quality: silk, velvet, jacquard with metallic highlights, etc. We highlight the exclusive and handmade production of our embroideries, which are combined with colours to obtain two bright and intense chromatic palettes: the bronze and gold ranges.

At that moment, the fabric shapes the line of the collection. Highlights include embroidered draped asymmetrical dresses, which, together with other garments, offer the total look. Stylised garments that dress a feminine yet simple and chic woman. Details that intensify the decorative and ornamental character of the Deco period, which, translated to this collection, creates a parallelism between the woman of yesterday and the woman of today. Between ground-breaking decorative art to a collection that pays homage to it.



DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:
Justicia Ruano

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:
JUSTICIA RUANO 9PM

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:
*C/ Agricultura, 140 - 13er 2a
08019 Barcelona (SP)
TEL./FAX: +34 933 078 130
info@9pmbarcelona.com | www.9pmbarcelona.com*

MIQUEL SUAY

*

01 / 02 / 2011 12:00h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

Dissenyador nascut a Xàtiva (València). Estudia disseny a l'Escola d'Arts i Oficis i posteriorment cursa estudis de Dret.

Des de molt jove viu un ambient familiar molt artístic i vinculat amb el món de la moda. L'any 1999, obre el seu propi atelier de costura i cerimònia a València.

Presenta les seves col·leccions a: València Fashion Week, Cibeles Madrid Fashion Week, Barcelona Bridal Week i Showroom The Brandery-080 Barcelona Fashion.

És col·laborador habitual dels dissenyadors DEVOTA & LOMBA, DUYOS, AGATHA RUIZ DE LA PRADA, JAVIER LARRAINZAR i FRANCIS MONTESINOS.

En l'àmbit internacional, presenta les seves col·leccions:

- MOSCOU, CPM Collections
- MILÀ, exposa les seves col·leccions en un show-room.
- NOVA YORK, show-room a "SPANISH MILE IN SOHO"
- XINA, CISMEF, GUANGZHOU
- ALEMANYA, MODATEX, Col·lecció 2011 de núvia i festa.
- XINA, CIGF 2010, Col·lecció DIALOGIC Spring/Summer 2011.

En l'actualitat, és Vicepresident de DIMOVA Associació de Dissenyadors de Moda Valencians.

Dissenyador convidat per desfilar al programa Supermodelo (Canal de TV CUATRO). Ha col·laborat com a estilista en pel·lícules com "Al final del camino", "Mentiras y Gordas", "03:19" i "D.D, Hollywood" de Bigas Luna.

Diseñador nacido en Xàtiva (València). Estudia diseño en la Escuela d'Arts i Oficis; posteriormente cursa estudios de Derecho.

Desde edad temprana vive un ambiente familiar muy artístico y vinculado con el mundo de la moda. En el año 1999, abre su propio Atelier de costura y ceremonia en València.

Presenta sus colecciones en: Valencia Fashion Week, Cibeles Madrid Fashion Week, Barcelona Bridal Week y Showroom The Brandery-080 Barcelona Fashion.

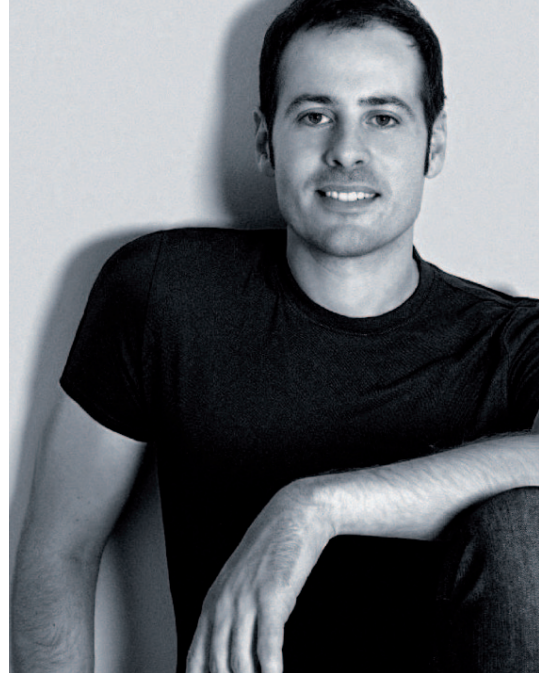
Es colaborador habitual de los diseñadores DEVOTA&LOMBA, DUYOS, AGATHA RUIZ DE LA PRADA, JAVIER LARRAINZAR Y FRANCIS MONTESINOS.

En el ámbito internacional presenta sus colecciones:

- MOSCÚ, CPM Collections
- MILÁN, expone sus colecciones en show-room
- NEW YORK, show-room en "SPANISH MILE IN SOHO"
- CHINA, CISMEF, Guangzhou
- ALEMANIA, MODATEX, Colección 2011 Novia y Fiesta
- CHINA, CIGF 2010, Colección DIALOGIC Spring/Summer 2011.

Actualmente es Vicepresidente de "DIMOVA", Asociación de Diseñadores de Moda Valencianos.

Diseñador invitado para desfilar en el programa "SUPERMODELO" (Canal de TV CUATRO). Ha colaborado como estilista en películas como "Al final del camino", "Mentiras y Gordas", "3:19" y "D.D, Hollywood" de Bigas Luna.



Designer who was born in Xàtiva (Valencia). He graduated at the Escola d'Arts i Oficis; after that he studied Law.

From an early age, he lived in an artistic family atmosphere and closely connected to the fashion world. In 1999, he opened his own tailoring and occasionwear Atelier in Valencia.

He has shown his collections at: Valencia Fashion Week, Cibeles Madrid Fashion Week, Barcelona Bridal Week and Showroom The Brandery-080 Barcelona Fashion.

Frequent collaborator with designers as DEVOTA & LOMBA, DUYOS, AGATHA RUIZ DE LA PRADA, JAVIER LARRAINZAR and FRANCIS MONTESINOS.

On the international field, he shows his collections at:

- MOSCOW, CPM Collections
- MILAN, Shows his collections in a show-room
- NEW YORK, showroom at "SPANISH MILE IN SOHO"
- CHINA, CISMEF, Guangzhou
- GERMANY, MODATEX, Bridal and Evening Collection 2011
- CHINA, CIGF 2010, DIALOGIC Collection Spring/Summer 2011.

At present he is vice-president of "DIMOVA", the Association of Fashion Designers from Valencia.

He was invited to stage a fashion show on the TV program "SUPERMODELO", on channel "Cuatro". He has collaborated as a designer in films such as "Al final del Camino", "Mentiras y Gordas", "3:19" and "D.D, Hollywood", Bigas Luna.

COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

Miquel Suay, en aquesta ocasió, vol homenatjar els cavallers orientals amb una filosofia enfocada no només a lluitar per el seu “daimyo”, sinó fer-ho sense perdre la seva humanitat i els valors bàsics.

Aquests homes valents del passat es regien per set virtuts: rectitud, coratge, benevolència, respecte, honestat, honor i lleialtat.

S'alcen sobre les masses de gent que temen actuar. És absolutament arriscat. És perillós. És viure la vida de forma plena, completa, meravellosa. El coratge heroic no és cec. És intel·ligent i fort.

Les decisions que prenen i com les porten a terme són un reflex de qui són en realitat. No es poden amagar d'un mateix.

Les seves paraules són com les seves petjades, poden ser seguides allà on vagin.

D'aquesta manera Miquel Suay vol deixar palesa la seva visió en jaquetes i armilles armades de formes rectes, creades tant amb llanes gruixudes, com amb teixits tecnològics on s'aplica l'embuatat. Peces pensades per al dur hivern.

Cossos amb colls barca i mànigues japoneses amb una forma que emula la nostra propera lluna. De vegades, aquests cossos van complementats amb armilles d'estil cuirassa, caracteritzades per una forma trapezoïdal, tant en les cises com en la forma. Els pantalons rectes queden empresonats al turmell mitjançant “cintes” repuntades.

Pel que fa al color, aquesta col·lecció està basada en els terracotes, sempre barrejant la rotunditat dels negres i els grisos. Són importants les pinzellades dels cireres que atorguen vigor i força a la col·lecció; els mostassa imprimeixen optimisme i llum i finalment el blau indi proporcionant pau i serenitat.

Miquel Suay, en esta ocasión, quiere rendir homenaje a los caballeros orientales, cuya filosofía está enfocada, no sólo a luchar por su “daimyo”, si no hacerlo sin perder su humanidad y los valores básicos.

Estos hombres valientes del pasado se regían por siete virtudes: rectitud, coraje, benevolencia, respeto, honestidad, honor y lealtad.

Se alzan sobre las masas de gente que temen actuar. Es absolutamente arriesgado. Es peligroso. Es vivir la vida de forma plena, completa, maravillosa. El coraje heroico no es ciego. Es inteligente y fuerte.

Las decisiones que toman y cómo las llevan a cabo son un reflejo de quiénes son en realidad. No se pueden ocultar a uno mismo.

Sus palabras son como sus huellas; pueden ser seguidas donde quiera que vayan.

De esta forma Miquel Suay quiere dejar plasmada su visión en chaquetas y chalecos armados de formas rectas, creados tanto con lanas gruesas, como con tejidos tecnológicos donde se aplica el enguatado. Prendas pensadas para el duro invierno.

Cuerpos con cuellos barca y mangas japonesas cuya forma emula nuestra cercana luna. En alguna ocasión estos cuerpos van complementados con chalecos estilo coraza, caracterizados por sus forma trapezoidal, tanto en sisas como en su forma. Los pantalones rectos, quedan aprisionados al tobillo mediante “cintas” respunteadas.

En cuanto al color, esta colección está basada en los terracotas, siempre mezclando la rotundidad de los negros y grises. Importantes son las pinceladas de los cerezas, dando vigor y fuerza a la colección, los mostaza imprimiendo de optimismo y luz; y finalmente el azul indigo proporcionando paz y serenidad.

haiku

fall/winter 2012

MIQUELSUAY

それは私が望むものではありません。

しかし、この世界では場合

'mの変化、

今夜月

メモリを大切にします。

"No es el que vull.
Però si en aquest món
canviant quedo,
d'aquesta nit i la seva lluna
conservaré el record."



This time, Miquel Suay wants to pay tribute to Oriental Knights, whose philosophy was focused on not only fighting for their "daimyo", but also do so without losing their humanity and basic values.

These brave men of the past were governed by seven virtues: honesty, courage, benevolence, respect, honesty, honor and loyalty.

They rise above the masses of people who are afraid to act. It is utterly risky. It is dangerous. It's to live life fully, completely, wonderfully. Heroic courage is not blind. It is intelligent and strong.

The decisions they make and how they carry them out are a reflection of who they really are. You can not hide yourself.

Their words are like their footprints, can be tracked wherever they go.

Miquel Suay wants to translate his vision, and embody it into jackets and vests structured in straight lines, created both in thick wool and technological fabric to which padding is applied. Clothing designed for the harsh winter.

Bodies with boat collars and japanese sleeves whose shapes emulate our nearby moon. Sometimes these bodies are supplemented with bullet-proof style vests, featuring trapezoidal shapes.

Straight trousers are bound at the ankles by topstitched "tapes".

As for color, this collection is based on terracotta hues, always mixing in emphatic blacks and grays. Important cherry color accents, giving force and strength to the collection, mustards stamping optimism and light, and finally indigo blue, providing peace and serenity.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:

Miquel Suay

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:

MIQUEL SUAY

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:

Av. Barón de Cárcer, 52

Valencia, 46001 (SP)

TEL./FAX: +34 963 529 053 / +34 963 516 482

www.miquelsuay.com | info@miquelsuay.com

MIRIAM PONSA

*

01 / 02 / 2011 13:30h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

Aquesta dissenyadora catalana originària de Manresa és diplomada en Disseny de Moda per la Universitat de Southampton (Regne Unit) i posteriorment especialitzada en Disseny i Tècniques de Punt a Igualada.

MIRIAM PONSA és una col·lecció de roba d'autor que no segueix tendències sinó que es guia pel seu propi instint. Les seves fonts d'inspiració tenen molt a veure amb les textures. Treballa la matèria mitjançant diverses tècniques, algunes d'elles manuals i altres heretades d'antics oficis. Aquesta passió fa que investigui amb materials com el làtex, -acostuma a treballar-hi en cada col·lecció i li permet fusionar amb el teixit, donar-li relleu i captar la subtileza del moment-.

MIRIAM PONSA evoca un esperit industrial impregnat en l'antic espai que ha reformat per instal·lar-hi el seu taller. Prové d'una família amb una antiga tradició tèxtil que es remunta al principi del segle XIX i que s'ha transmès de generació en generació fins avui en dia.

El procés artesanal defineix una part de la col·lecció que es treballa de forma manual i que requereix tècniques poc utilitzades actualment com el brodat a mà, la tapisseria, la cistelleria i el tint manual, aplicades a les peces de roba.

El procés d'aquestes peces és el què més li interessa, fins i tot més que el resultat, ja que en aquest procés és on troba altres camins per a la creació.

La col·lecció MIRIAM PONSA ha estat guardonada recentment amb el Premi Barcelona és Moda 2007 a la millor empresa emergent, atorgat per la Cambra de Comerç de Barcelona, i amb el Premi 080 Barcelona Fashion 2010 a la millor col·lecció de dona tardor-hivern 2010-2011, atorgat pel Departament de Comerç i Turisme de la Generalitat.



Esta diseñadora catalana originaria de Manresa, es diplomada en Diseño de Moda por la Universidad de Southhampton (Reino Unido) y posteriormente se especializó en Diseño y Técnicas de Punto en Igualada.

MIRIAM PONSA es una colección de ropa de autor que no sigue tendencias sino que se guía por su propio instinto. Sus fuentes de inspiración tienen mucho que ver con las texturas, trabaja la materia a través de diversas técnicas, algunas de ellas manuales, otras heredadas de antiguos oficios. Esta pasión la lleva a investigar con materiales como el látex, que acostumbra a usar en cada colección y que le permite fusionar con tejido, darle relieve y captar la sutileza del momento.

MIRIAM PONSA evoca un espíritu industrial impregnado del antiguo espacio que ha reformado para instalar allí su taller. Proviene de una familia con una antigua tradición textil que se remonta a principios del siglo XIX y que se ha transmitido de generación en generación hasta hoy en día.

El proceso artesanal define una parte de la colección que se trabaja de forma manual y que requiere técnicas poco utilizadas actualmente como el bordado a mano, la tapicería, la cestería

y el tinte manual, siempre aplicadas a las piezas de ropa.

El proceso de estas piezas es el que más le interesa, incluso más que el resultado, ya que en estos procesos encuentra otros caminos para la creación.

La colección MIRIAM PONSA ha sido galardonada últimamente con el premio Barcelona es Moda 2007 a la mejor empresa emergente y que otorga la Cámara de Comercio de Barcelona y con el premio 080 Barcelona Fashion 2010 a la mejor colección de mujer otoño-invierno 2010-2011, otorgado por el Departamento de Comercio y Turismo de la Generalitat.

This Catalan designer from Manresa studied Fashion Design at the University of Southampton (United Kingdom) and went on to specialise in "Knitwear Design and Techniques" in Igualada.

MIRIAM PONSA is a signature clothing collection guided by the designer's own instinct rather than following latest trends. Her sources of inspiration are closely connected with textures and she uses many different techniques, some manual and others inherited from ancient crafts. This passion

led her to research materials such as latex, which she normally works with in all her collections and allows her to merge with the fabric, giving it texture and capturing the subtlety of the moment. MIRIAM PONSA evokes an industrial spirit that pervades the old space she has refurbished to house her studio. She comes from a family with a longstanding textile tradition dating back to the early 19th century and that has been passed down from generation to generation up to the present day. The craft process defines the hand-worked part of the collection and requires techniques rarely used these days, such as hand embroidery, tapestry, basketwork and manual dyeing, all applied to items of clothing.

She is even more interested in the actual process these garments undergo than in the end result, as it is during the process that new creative paths are opened.

The MIRIAM PONSA collection was awarded the "Barcelona és Moda" prize by the Barcelona Chamber of Commerce in 2007 for the most promising new company. She also won the 080 Barcelona Fashion prize in 2010 for the best Autumn-Winter 2010-2011 collection, awarded by the Government of Catalonia's Department of Trade and Tourism.



COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

Concepte col·lecció MIRIAM PONSÀ hivern 2011-2012 “Les bugaderes”

*Dones que rentaven al riu, amb safareigs col·lectius
que s'utilitzaven fins a principis del s. XX.*

*Teixits tenyits amb gotes d'aigua, amb gotes de
làtex que causen l'efecte de molls, llanes rentades,
cotons endurits per l'ús. Colors blaus, verds,
grisos i negres.*

Estampat manual de quadres.

*Peces amb volums exagerats, abrics i jaquetes
oversize, sobre faldilles, peces multicapes. Ambient
antic, d'exterior, auster, de dona treballadora.*

Concepto colección MIRIAM PONSÀ invierno 2011-2012 “Les bugaderes”

*Mujeres que lavaban en el río en lavaderos
colectivos que se utilizaban hasta principios del
siglo XX.*

*Tejidos teñidos con gotas de agua, con gotas
de látex que causan el efecto de mojados, lanas
lavadas, algodones endurecidos por el uso. Colores
azules, verdes, grises y negros.*

Estampado manual de cuadros.

*Piezas con volúmenes exagerados, abrigos
y chaquetas oversize, cubre faldas, piezas
multicapas. Ambiente antiguo, de exterior, austero,
de mujer trabajadora.*

Concept MIRIAM PONSÀ Winter 2011-2012 Collection “Les Bugaderes” (The washerwomen)

*The women who did their washing in the river, at
communal tubs that were in use up to the early 20th
century.*

*Fabrics tinged with water droplets, with drops of
latex that make them seem soft, washed woollens,
cottons hardened with use. Blues, greens, greys
and blacks.*

Hand printed checks.

*Pieces with exaggerated volumes, oversize coats
and jackets over short skirts, multilayered items.
An ancient, outdoor, austere feel, of the working
woman.*



DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:
Miriam Ponsa

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:
MIRIAM PONSÀ

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:
Bruc 25
08241, Manresa, Barcelona (SP)
TEL./FAX: +34 938 721 758 / +34 938 728 753
www.miriamponsa.com | info@miriamponsa.com

JOSEP ABRIL

*

01 / 02 / 2011 16:00h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

NEIX A BARCELONA EL 1962
ESTUDIA BELLES ARTS
ESTUDIA DISSENY DE MODA A L'E.A.T.M. DE
BARCELONA
VIU I TREBALLA A BARCELONA.

CREA LA SEVA PRÒPIA MARCA EL 1996 .
JOSEP ABRIL ÉS UNA COL·LECCIÓ D'HOME.
ACTUALMENT ES COMERCIALITZA A TRAVÉS
DE SHOWROOMS I ES PRESENTA AMB UNA
DESFILADA A MADRID.
DES DEL 2003 ÉS DIRECTOR CREATIU DE LA
COL·LECCIÓ **ARMAND BASI ONE HOME**,
PRESENTADA A PARÍS DES DEL 2007.

2006: NEIX EL PROJECTE BESPOKE DE
SASTRERIA A MIDA 2007: LLENÇA LA LÍNIA
"UNIFORMED BY" D'UNIFORMITAT DE
LUXE, IMPARTEIX CLASSES I WORKSHOPS
EN DIFERENTS ESCOLES DE DISSENY, I.E.D.,
ESDI I ELISAVA
ÉS CONSULTOR EXTERN DE TESINES A L'I.E.D.

1991: GUANYA EL PRIMER PREMI GAUDÍ PER
A NOUS DISSENYADORS
2004: REP EL PREMI GQ AL MILLOR
DISSENYADOR D'HOME NACIONAL
2008: REP EL PREMI "BARCELONA ÉS MODA"
AL MILLOR PROFESSIONAL

NACE EN BARCELONA EN 1962
ESTUDIA BELLAS ARTES
ESTUDIA DISEÑO DE MODA EN E.A.T.M. DE
BARCELONA
VIVE Y TRABAJA EN BARCELONA.

CREA SU PROPIA FIRMA EN 1996. **JOSEP
ABRIL** ES UNA COLECCIÓN DE HOMBRE.
ACTUALMENTE SE COMERCIALIZA A TRAVÉS
DE SHOWROOMS Y SE PRESENTA CON UN
DESFILE EN MADRID.
DESDE 2003 ES DIRECTOR CREATIVO DE LA
COLECCIÓN **ARMAND BASI ONE HOMBRE**,
PRESENTADA EN PARÍS DESDE 2007.

2006: NACE EL PROYECTO "BESPOKE" DE
SASTRERÍA A MEDIDA 2007: LANZA LA LÍNEA
"UNIFORMED BY" DE UNIFORMIDAD DE
LUJO, IMPARTE CLASES Y WORKSHOPS EN
DIFERENTES ESCUELAS DE DISEÑO, I.E.D.,
ESDI Y ELISAVA.
ES CONSULTOR EXTERNO DE TESINAS EN
I.E.D

1991: GANA EL PRIMER PREMIO GAUDÍ PARA
NUEVOS DISEÑADORES
2004: RECIBE EL PREMIO GQ AL MEJOR
DISEÑADOR NACIONAL DE MODA MASCULINA
2008: RECIBE EL PREMIO "BARCELONA ÉS
MODA" AL MEJOR PROFESIONAL

BORN IN BARCELONA, 1962
STUDIED FINE ART
STUDIED FASHION DESIGN AT
E.A.T.M., BARCELONA
LIVES AND WORKS IN BARCELONA.

CREATED HIS OWN EPONYMOUS LABEL IN
1996
JOSEP ABRIL IS A MENSWEAR COLLECTION
IT IS MARKETED VIA SHOWROOMS AND
PRESENTED AS A FASHION SHOW IN MADRID.
IN 2003 HE BEGAN WORKING AS CREATIVE
DIRECTOR OF THE **ARMAND BASI ONE**
MENSWEAR COLLECTION, PRESENTED IN
PARIS FROM 2007.

2006: BEGAN THE "BESPOKE" PROJECT
OF MADE-TO-MEASURE TAILORING 2007:
STARTED THE NEW LINE "UNIFORMED BY" -
A RANGE OF LUXURY UNIFORMS.
GIVES CLASSES AND WORKSHOPS IN VARIOUS
DESIGN SCHOOLS, INCLUDING I.E.D, ESDI &
ELISAVA.
IS AN EXTERNAL CONSULTANT FOR
DISSERTATIONS AT I.E.D.

1991: WON FIRST PRIZE IN THE GAUDI NEW
DESIGNERS COMPETITION
2004 AWARDED THE GQ PRIZE FOR BEST
NATIONAL MENSWEAR DESIGNER
2008: RECEIVED THE "BARCELONA ÉS
MODA" AWARD FOR BEST PROFESSIONAL.



COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION



JOSEP ABRIL CLOCHARD FW#1112N28

Així com a l'estiu cercava entendre el luxe d'unes línies pures netes i simples, aquest hivern se centra en la textura i la matèria.

Això ens porta al confort i el tacte d'una segona pell, d'una matèria que porta temps vivint amb tu, que quan la veus per primer cop la teva memòria cel·lular et diu que ja era teva abans...

Utilitzarem matèries nobles com la llana, el cotó i la pell, sempre tractats, amb colors heretats d'un antic esplendor, amb restes d'or i de plata.

Com el cargol que porta la casa a sobre, o l'home que té per única casa els seus vestits pròpis.

Volums equivocats, línies entregirades, peces aprofitades, textures volgudament viscudes.

JOSEP ABRIL CLOCHARD FW#1112N28

Así como en verano buscaba entender el lujo de unas líneas puras limpias y simples, este invierno buscamos entre la textura y la materia.

Esto nos trae al confort y el tacto de una segunda piel, de una materia que lleva tiempo viviendo contigo, que cuando la ves por primera vez tu memoria celular te dice que ya era tuya antes...

Utilizaremos materias nobles como la lana el algodón y la piel, siempre tratados, con colores heredados de un antiguo esplendor, con restos de oro y plata.

Como el caracol que lleva la casa encima, o el hombre que tiene por única casa sus propios vestidos.

Volúmenes equivocados, líneas entregiradas, piezas aprovechadas, texturas expresamente vividas.

JOSEP ABRIL CLOCHARD FW#1112N28

Last summer I looked towards understanding the luxury of pure, clean lines.

This winter we are looking at somewhere between texture and matter.

This brings us comfort and the feel of a second skin, of something we have lived with for some time: something that when you see it for the first time, your cellular memory tells you it was yours before.

We will be using honest materials such as wool and

cotton, always treated in some way, and in colours inherited from a former glory with traces of gold and silver.

Just like the snail who wears his house on his back, or like the man whose only home is the clothes he wears. Mistaken volumes, contorted lines, used pieces, deliberately worn textures.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:

Josep Abril Janer

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:

JOSEP ABRIL

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:

C/ Consell de Cent, 159

08018 Barcelona (SP)

TEL./FAX: +34 934 536 892

www.josepabril.com | contact@josepabril.com

TXELL MIRAS

*

01 / 02 / 2011 17:00h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

Marca pròpia des del 2004 (www.txellmiras.eu)
dissenyadora de la línia femenina de **Neil Barrett**,
Milà, des del 2003,

2010: Desfila com a convidada a l'On/Off de la
London Fashion Week

2009: Finalista de la **LICC** (London International
Creative Competition)

2008: Apareix en el llibre "**100 new fashion
designers**" (HYWEL DAVIS. Ed. Laurence King,
2008)

2007: Finalista dels **Mango Fashion Awards** "El
Botón"

Finalista del concurs **Gen Art Styles New York
Fashion Awards**

Apareix en el llibre **European Young Fashion
Designers** (Alemanya: Ed. Daab, 2007)

2006: **Premi "Barcelona és Moda"** al millor
professional del sector

Representa Espanya a l'**European Young Fashion
Summit** de Viena

2005: **Premi Lancôme** al millor dissenyador jove
de l'any de la Passarel·la Gaudí

2004: Obre mercat internacional a través del
showroom de Milà de **Daniele Ghiselli**

Comença a participar a la **Barcelona Fashion
Week**

Punts de venda multimarca als Estats Units, Nova
Zelanda, el Japó, la Xina, Corea, Hong Kong,
Dubai, Israel, Dinamarca Xipre, Holanda, Bèlgica,
Itàlia, França i Espanya.

Marca propia desde 2004 (www.txellmiras.eu)
diseñadora para la línea femenina de **Neil Barrett**
(Milán) desde 2003

2010: Desfila en la pasarela On/Off de la **London
Fashion Week**

2009: Finalista de **LICC** (London International
Creative Competition)

2008: Aparece en el libro "**100 New Fashion
Designers**" (HYWEL DAVIS. Ed. Laurence King
- Londres)

2007: Finalista de los **Mango Fashion Awards** "El
Botón"

Finalista de los **Gen Art Styles New York Fashion**

Awards

Aparece en el libro "**European Young Fashion
Designers**" (Ed. Daab - Alemania)

2006: **Premio "Barcelona és Moda"** como mejor
profesional del sector de Barcelona

Representa a España en el **European Young
Fashion Summit** (Viena)

2005: **Premio Lancôme** como el mejor diseñador
joven de la Passarel·la Gaudí

2004: Abre mercado internacional a través del
showroom de Milán de **Daniele Ghiselli**

Empieza a participar en la **Barcelona Fashion
Week**

Puntos de venta multimarca en: Estados Unidos,
Nueva Zelanda, Japón, China, Corea, Hong Kong,
Dubai, Israel, Dinamarca, Chipre, Holanda,
Bélgica, Italia, Francia y España.

Own creative brand since 2004 (www.txellmiras.eu)

Still working as designer for **Neil Barrett** (Milan)
womenswear since 2003,

2010: Invited to show in the On/Off during the
London Fashion Week

2009: Shortlisted in the **LICC** (London International
Creative Competition)

2008: Appears in the book "**100 New Fashion
Designers**" (HYWEL DAVIS. Londres:
Ed. Laurence King, UK)

2007: Finalist of the **Mango Fashion Awards** "El
Botón"



Gen Art Styles New York Fashion Awards nominee
*Appears in the book **European Young Fashion Designers** (Ed. Daab, Germany)*
 2006: **"Barcelona és Moda" Prize** as the best professional in fashion of Barcelona
Selected to represent Spain in the European Young Fashion Summit (Wien)
 2005: **Lancôme Prize** as the best young designer of Passarel·la Gaudí

2004: Starts international sales by **Daniele Ghiselli Showroom** (Milan)
 Start showing her collections in the **Barcelona Fashion Week**

Stockists in the United States, New Zeland, Japan, China, Korea, Hong Kong, Dubai, Israel, Denmark, Cyprus, Netherlands, Belgium, Italy, France and Spain.



COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

TXELL MIRAS FW 2011-12: FOS A NEGRE



Teixits: viscosa i llana
Colors: negre i gris

TXELL MIRAS FW 2011-12: FUNDIDO EN NEGRO



Tejidos: viscosa y lana
Colores: negro y gris

TXELL MIRAS FW 2011-12: FADED TO BLACK



Fabrics: viscose and wool
Colors: black and grey

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:
Meritxell Miras

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:
TXELL MIRAS

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:
Av. Mas Sot, 46
08230 Matadepera, Barcelona (SP)
TEL./FAX: +34 610 422 016 / +34 937 848 622
ivan@txellmiras.eu | www.txellmiras.eu

CARDONA BONACHE

*

01 / 02 / 2011 18:30h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

Marca espanyola de prêt-à-porter femení fundada el 2008 a Barcelona pels dissenyadors Víctor Cardona Marqués i Israel Frutos Bonache. De la seva trajectòria anterior cal destacar la seva estada a Anvers i el seu treball en laboratoris tèxtils d'R+D. El seu estil es caracteritza per ser clàssic, amb col·leccions amb referències al minimalisme, la qual cosa hi confereix una elegant sobrietat i una creativitat específica. La seva obra està centrada en un concepte que estructura cada col·lecció de manera transversal. Dels seus referents, Cardona Bonache ha heretat el saber fer precís: una acurada atenció pels detalls i rigor en la tècnica, reflex de la seva passió per l'ofici de la costura i de la sastreria. Com a marca, Cardona Bonache recupera el respecte per les arrels i la tradició espanyoles, juntament amb la ironia i el surrealisme.

Marca española de prêt-à-porter femenino fundada en 2008 en Barcelona por los diseñadores Víctor Cardona Marqués e Israel Frutos Bonache. De su trayectoria anterior cabe destacar su estancia en Amberes y su trabajo en laboratorios textiles de I+D. Su estilo se caracteriza por ser clásico, con referencias al minimalismo en sus colecciones, lo que le confiere una elegante sobriedad y una creatividad específica. Su obra está centrada en un concepto que estructura cada colección de manera transversal. De sus referentes, Cardona Bonache ha heredado el saber hacer preciso: una cuidadosa atención por los detalles y un rigor en la técnica, reflejo de su pasión por el oficio de la costura y la sastrería. Como marca, Cardona Bonache recupera el respeto por las raíces y la tradición españolas, junto con la ironía y el surrealismo.

Spanish prêt-à-porter women's brand founded in 2008 in Barcelona by the two designers Víctor Cardona Marqués and Israel Frutos Bonache. Their background includes a period in Antwerp and their work in R&D textile laboratories. The Cardona Bonache style is distinctive for being classic, with minimalist touches in its collections, which convey elegant sobriety and a specific creativity. The work always focuses on a concept that gives each collection a transversal structure. From its reference points, Cardona Bonache has inherited a precise savoir-faire: special attention to detail and rigour in the technique, reflecting a passion for the dressmaking and tailoring trade. As a brand, Cardona Bonache recovers a respect for Spanish roots and traditions, combined with irony and surrealism.

COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

LESSON 4

"GODETS"

GODET: En costura, peça triangular al bïaix que s'afegeix a un tall o costura d'una peça per donar-li amplada i vol.

LESSON 4

"GODETS"

GODET: En costura, pieza triangular al bïes que se añade en un corte o costura de una prenda para darle anchura y vuelo.

LESSON 4

"GODETS"

GODET: In couture, a triangular bias piece inserted into a cut or hem of a garment to give width and flare.

CARDONA BONACHE

Lesson4 GODETS

FALL/WINTER-2011/2012



DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:

Víctor Cardona Marqués / Israel Frutos Bonache

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:

CARDONA BONACHE

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:

Av. Meridiana, 52-62- 1a Planta

08018, Barcelona (SP)

TEL.: +34 626 597 009

www.cardonabonache.com | info@cardonabonache.com

JUUN.J

*

01 / 02 / 2011 19:30h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY



Es va graduar a l'Esmod, Seül el 1992, i va començar la seva carrera com a dissenyador amb Chiffons i més tard com a cap de disseny a Club Monaco i NIX. El 1999 va llençar la seva pròpia marca, Lone Costume, que desfila a la Seoul Fashion Week des d'aleshores. També ha col·laborat en nombroses ocasions amb l'artista japonès Nuts i l'artista anglès Simon Henwood.

Cada temporada ha col·laborat amb diferents marques com ara Reebok, Speedo, Linda Farrow, Chris & Tibor, Ground Zero, Cristophe Coppens, Kiroic, Lorenzo Petrantonio, entre d'altres. També ha estat convidat a algunes setmanes de la moda per participar-hi com a dissenyador convidat estranger i presentar la seva col·lecció en diferents mercats.

Juun ha estat guardonat per Samsung Fashion & Design Fund durant tres anys seguits des de 2009, i també ha estat nominat, guardonat i seleccionat en altres esdeveniments de moda i concursos.

Sovint, Le Figaro denomina els seus dissenys Detournement d'un Classique (Desviament d'un clàssic).

Juun es descriu a si mateix pel seu concepte de disseny i d'inspiració:

"M'agrada superposar diferents peces, canviar formes, retallar-les i convertir-les. M'encanta crear coses noves. El meu concepte bàsic de disseny és clàssic i de sastreria: reestructurar les peces clàssiques o desmuntar peces de roba per crear-ne de noves. La nova imatge de la marca ha estat creada barrejant peces clàssiques amb looks del carrer. La confecció és un element clau. De vegades m'inspiro en il·lustracions dels anys 20' o dels anys 30' i en gent del carrer. Per això ho anomeno, "Street Tailoring" (Sastreria de carrer)".

Tras graduarse en la Esmod de Seúl en 1992, Juun.J comenzó su carrera como diseñador trabajando para Chiffons, más tarde ejerció como director de diseño en Club Monaco y NIX. En 1999 lanzó su propia marca, Lone Costume, con la que ha participado desde entonces en la Seoul Fashion Week. En numerosas ocasiones ha colaborado con el artista japonés Nuts y con el artista inglés Simon Henwood.

Cada temporada son frecuentes sus colaboraciones con marcas como Reebok, Speedo, Linda Farrow, Chris & Tibor, Ground Zero, Christophe Coppens, Kiroic, Lorenzo Petrantoni. También se le ha invitado a participar en otras semanas de la moda como diseñador extranjero invitado para presentar sus colecciones.

Juun ha sido galardonado por Samsung Fashion & Design Fund en tres ocasiones seguidas desde 2009 y también se le ha nominado, premiado y seleccionado en otros eventos y concursos de moda.

A menudo, el periódico Le Figaro denomina sus diseños *Detournement d'un Classique* (Desvío de un Clásico).

Juun se describe a sí mismo sobre su propio concepto de diseño e inspiración:

“Me gusta sobreponer prendas diferentes, recortarlas y cambiarlas, me encanta crear cosas nuevas. Mi concepto básico de diseño es clásico y de sastrería. Reestructuro las prendas clásicas o recorto cosas en trozos para hacer prendas totalmente nuevas. La nueva imagen de la marca se ha creado mezclando prendas clásicas con looks callejeros. La confección es un elemento crucial. Me suelo inspirar en ilustraciones de los años 20 y 30 y en gente de la calle. Esta es la razón por la que lo denomino, “Street Tailoring” (Sastrería Callejera)”.

Graduated from Esmod Seoul in 1992 Juun.J began his career as a designer for Chiffons followed by design director for Club Monaco and NIX. In 1999 he launched his brand Lone Costume and has shown it during the Seoul Fashion Week ever since. He has also collaborated several times with the Japanese artist Nuts and the English artist Simon Henwood.

Since then, he has been collaborating with several brands like Reebok, Speedo, Linda Farrow, Chris & Tibor, Ground Zero, Christophe Coppens, Kiroic, Lorenzo Petrantoni, and still he is collaborating with brands in every season. Also, he has been invited to other fashion week to participate as foreign guest designer to present his collection in different market.

Juun has been awarded in row for three years from 2009 by Samsung Fashion & Design Fund and also been nominated, awarded, and selected by many other fashion events, awards, and so on.

Often, Le Figaro called his design as *Detournement d'un Classique* (Diversion of Classic.)

Juun describes himself, about his own design concept and inspiration:

“I like to overlap different items and silhouette and change them and love to create something new. My basic design concept is classic and tailoring. I restructure the classical items or by taking things into pieces and make totally new items and silhouette. The brand new look is being created by mixing classic items and street looks together. Tailoring is very crucial element. I usually get inspired by pictures from 20th & 30th and street people. That's why I call this, “Street Tailoring”.



COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

OVERLAY

La temàtica de la Col·lecció Tardor-Hivern 2011/2012 és "Overlay".

Bàsicament, és com un abric o una capa sobre les espatlles. La majoria dels looks es mostren així. La bellesa i l'elegància d'allò que és clàssic ha estat interpretades amb un toc avantguardista.

Aquesta temporada he donat importància al codi de "Reinterpretation of Classic" ("Reinterpretació d'allò que és clàssic") i, bàsicament aquests són els looks clàssics de Juun.J.

Se centra en abrics, vestits jaqueta i jaquetes. Aquesta col·lecció reflecteix i mostra les peces de manera diferent. No obstant això, es poden veure i sentir la bellesa, l'alegria de l'estil i la nova expressió d'allò que és clàssic.

Principalment és de caràcter clàssic i modern. Presentarem moltes jaquetes i abrics, i en general d'una sola tonalitat.

Pel que fa als teixits, farem servir llana, cotó, pota de gall, quadres, cuir i pell sintètica.



OVERLAY

La temàtica de la Colección Otoño-Invierno 2011/2012 es "Overlay".

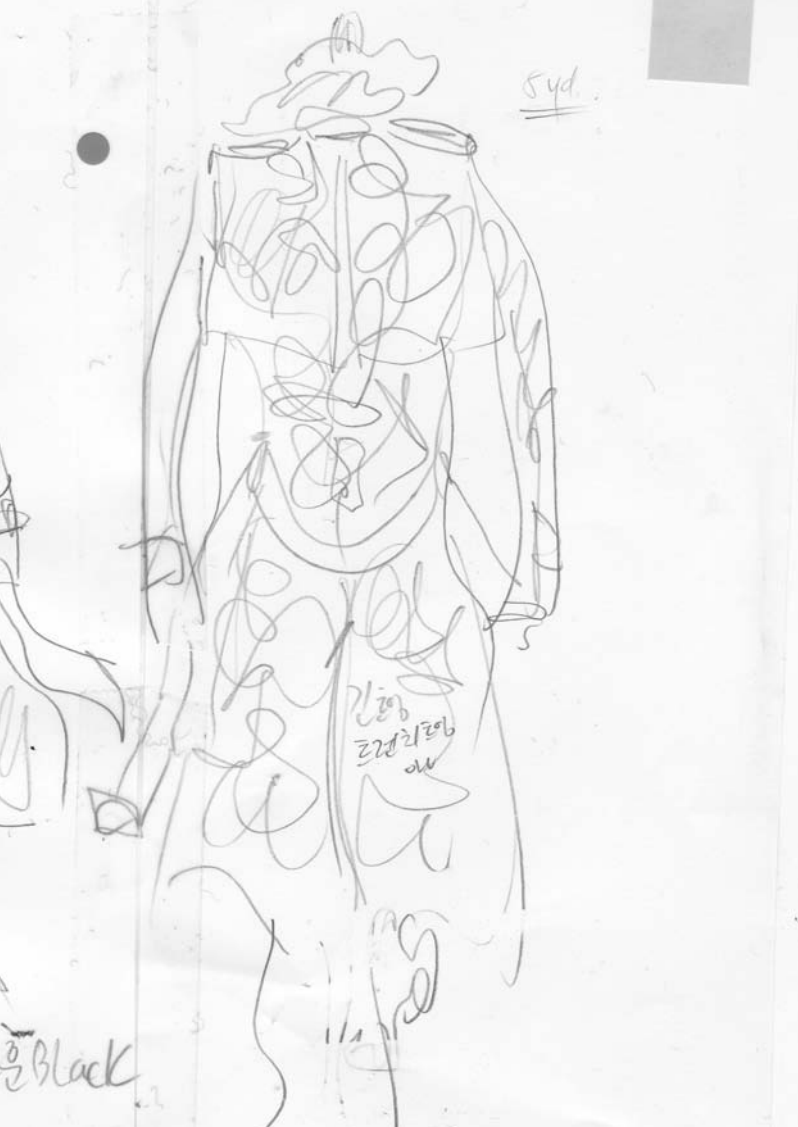
Básicamente, es como un abrigo o capa sobre los hombros. La mayoría de los looks se muestran así. La belleza y la elegancia de lo clásico se han interpretado con un toque vanguardista.

Esta temporada he hecho hincapié en el código de "Reinterpretation of Classic" ("Reinterpretación de lo clásico") y, básicamente, estos son looks clásicos de Juun.J.

Se centra en los abrigos, los trajes y las chaquetas, y esta colección refleja y muestra estas prendas de forma diferente. Sin embargo se pueden ver y sentir la belleza, la alegría de estilo y la nueva expresión de lo clásico.

Principalmente de carácter clásico y moderno. Presentaremos muchas chaquetas y abrigos, y en general de un solo tono.

En lo que a tejidos se refiere, utilizaremos lana, algodón, tweed, cuadros, cuero y piel sintética.



OVERLAY

The theme of 2011 2012 Fall Winter Collection is "Overlay".

Overall, as if a coat or cape is overlaid on the shoulder, you can see that most of the looks have shown this way, so beauty and gentility of classic have been interpreted with a touch of avant garde. This season, I have specially emphasized on the code of "Reinterpretation of Classic", and basically these looks are Juun.J's classic.

The focus was on trench coat, suit, and jacket, and point of this collection is expressing these items in the new way. Therefore, you can see and feel the beauty, joy of styling, and the new expression of classic.

Mostly it is going to be modern and classic mood. We will have a lot of jackets and coats, and overall color is mono tone.

For the fabrics, we will be using wool, cotton, tweed, check, leather, and furs.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:

Juun.J

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:

JUUN.J

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:

*3F, Raemian Building, 524-17 Sinsa-dong, Kangnam-gu,
Seoul C.P: 135-888 South Korea
TEL./FAX: +82 2 515 0351/ 0343 / +82 2 515 0352
www.juunj.com*

KRIZIA ROBUSTELLA

*

01 / 02 / 2011 20:30h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

Autodefinida com a "Sport Deluxe", Krizia Robustella pren com a referent les peces esportives de les últimes dècades per a crear un univers propi on la comoditat es fon amb el luxe i el luxe passa per formes i teixits fins ara relegats a l'escala de la formalitat.

Krizia Robustella és la marca de la gent més arriscada, excèntrica i inconformista de la nit i el dia. Gent que sent la necessitat de veure's diferent i de sentir-se observada durant el dia, sense perdre l'elegància i el glamour que acompanyen les nits de les grans ciutats. Gent amb ànsies d'expressar individualitat a través de l'abillament, barrejant estils sense temor i seguint la moda a la seva manera.

Autodefinida como "Sport Deluxe", Krizia Robustella toma como referente las prendas deportivas de las últimas décadas para crear un universo propio donde lo cómodo se funde con el lujo y el lujo pasa por formas y tejidos hasta ahora relegados a la escala de lo formal.

Krizia Robustella es la marca de la gente más arriesgada, excéntrica e inconformista de la noche y el día. Gente que necesita sentirse observada durante el día sin perder el glamour que acompaña las noches de las grandes ciudades. Gente con ansias de expresar individualidad a través de su atuendo, mezclando estilos sin temores y siguiendo la moda a su manera.

Self-defined as "Sport Deluxe". Krizia Robustella takes sport garments from recent decades to create her own universe where comfort is merged with luxury and luxury travels along shapes and fabrics that up to now were kept for formality.

Krizia Robustella is the brand of risk-loving, eccentric and nonconformist night and day people, the ones who feel the need to look different and turn heads during the day, without losing the elegance and glamour that go hand in hand with nightlife in big cities. People who want to express themselves individually through their clothing, fearlessly mixing styles, following fashion in their own way.





**COL·LECCIÓ / COLECCIÓN /
COLLECTION**

*If I was a truckin' man
I'd be a gear jammer with a one-armed tan
I'd spend my nights in the road clubs
Days on the lost highway
Thinking of my love
Hey, if I was a truckin' man
I'd have my radio screamin' on the AM band
All night drivin' by dashboard lights
If I was a truckin' man*

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:
Krizia Robustella

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:
KRIZIA ROBUSTELLA

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:
*C/ Montsió, 6bis
08002 - Barcelona (SP)
TEL: + 34 933 170 210
www.kriziarobustella.com | krizia@kriziarobustella.com*

OMAR KASHOURA

*

02 / 02 / 2011 11:00h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY



Omar Kashoura, d'arrels àrabs i angleses, va començar la seva carrera en el món de la moda en traslladar-se a Londres el 1999.

Es va graduar el 2004 amb matrícula d'honor al **London College of Fashion** i la seva aclamada col·lecció li va assegurar el **Best International Menswear Designer** (premi al millor dissenyador internacional de moda d'home) durant els premis Gen Art Style de Nova York el 2005. Kashoura va

començar la seva carrera professional a Londres, a la casa de moda **Preen**, i més endavant va aconseguir una plaça d'assessor a **Unconditional**.

L'any 2006, Kashoura busca més creixement i reconeixement i decideix tornar enrere i acabar el seu màster a la prestigiosa Escola d'Art i Disseny **Central Saint Martin's**.

Des que es gradua en el seu programa de màster, la marca d'Omar Kashoura esdevé coneguda i continua guanyant recolzament de la **CFE** (Centre per l'empresa de moda). El 2008 guanya el prestigiós premi **Deutsche Bank Pyramid** i el 2010, el **New Generation Designer** atorgat pel British Fashion Council.

L'objectiu de la marca és ser progressista (lideratge visionari, innovació i creativitat). Vol influenciar en la manera de vestir masculina i estableix fermament el seu look exclusiu de la implicació de l'home modern amb la roba elegant, amb acabats únics i detalls propis de la marca.

En poc temps, la marca és fàcilment recognoscible pel seu enfocament modern del color i per la vestimenta marinera, exclusiva de la marca. És respectat pels mitjans de comunicació i artistes internacionals i ha desfilat arreu del món: Londres, Nova York, Miami, Chicago, París, i el Japó (dins del certamen Arabian Fashion World).

Un dels propòsits de la marca és consolidar relacions exteriors. Per aquest motiu concentra el seu esforç en col·laborar amb empreses, amb nous projectes i esdeveniments i en desenvolupar estratègies claus per a la marca. Recentment, ha col·laborat amb **Chris and Tibor** en una línia de bosses de viatge per a homes i amb la marca turca **Tween**, en el disseny d'una línia de moda masculina per a la temporada Tardor 2010 i Primavera 2011.

Omar Kashoura ha estat guardonat amb el premi **New Generation Designer** pel **BFC** per la temporada Primavera 2011 i ha estat convidat recentment per produir una col·lecció amb la col·laboració de **Topman under Lens** per a la Primavera 2012.

Omar Kashoura, de origen árabe e inglés, empezó su carrera en el mundo de la moda al trasladarse a Londres en 1999.

En 2004, se graduó con matrícula de honor en el **London College of Fashion** y su aclamada colección le aseguró el **Best International Menswear Designer** (premio al mejor diseñador internacional de moda masculina) en los premios Gen Art Style de Nueva York en 2005. Kashoura empezó su carrera profesional en Londres, con la firma **Preen** y más adelante, ocupó un puesto como asesor en **Unconditional**.

En 2006, en busca de un mayor desarrollo y reconocimiento, Kashoura decide completar su formación con un programa máster en la reconocida Escuela de Arte y Diseño **Central Saint Martin's**. Desde que se graduara en el programa de máster, la marca Omar Kashoura se ha convertido en una marca fácilmente reconocible que se ha ganado el apoyo del **CFE** (Centro de Empresas de la Moda). En 2008 gana el prestigioso premio **Deutsche Bank Pyramid** y en 2010, el **New Generation Designer** otorgado por el British Fashion Council.

El objetivo de la marca es ser progresista (liderazgo visionario, innovación y creatividad) a la vez que influye en la manera de vestir masculina y ha establecido su look exclusivo, signo de la implicación del hombre moderno con la ropa elegante, acabados únicos y detalles propios de la marca.

La marca es fácilmente reconocible por su enfoque moderno, el color y los trajes marineros exclusivos de la marca. Es respetado por los medios de comunicación y artistas internacionales y ha desfilado en todo el mundo: Londres, Nueva York, Miami, Chicago y París, así como en Japón en el certamen Arabian Fashion World.

Uno de los compromisos/propósitos de la marca es consolidar las relaciones exteriores, y por ello concentra su esfuerzo en colaborar con empresas en nuevos proyectos, eventos y desarrollar estrategias clave para la marca. Recientemente, ha colaborado con **Chris Tibor** en una línea de bolsas de viaje para hombre y con la marca turca **Tween** en el diseño de una línea de moda masculina para la temporada Otoño 2010 y Primavera 2011.

Omar Kashoura ha sido galardonado con el premio **New Generation Designer** otorgado por el **BFC** por la temporada Primavera 2011 y ha sido invitado para crear una colección en colaboración con **Topman under Lens** para Primavera 2012.

Omar Kashoura, of Arabic and English heritage, embarked on his fashion career after moving to London in 1999.

Successfully graduating in 2004 with first class honours from the **London College of Fashion**, and a highly acclaimed collection that secured the top prize of **Best International Menswear Designer** at New York's Gen Art Style Awards in 2005, Kashoura began his working career at London-based fashion house **Preen** and later secured a consulting position with **Unconditional**.

Seeking further development and recognition, in 2006 Kashoura decided to go back to complete his Masters Degree at the highly acclaimed **Central Saint Martin's** school of Art and Design.

Since graduating with his Masters, the Omar Kashoura label has developed into an easily recognisable brand, has gone on to gain support from the **CFE** (Centre for Fashion Enterprise); in 2008 he won the prestigious **Deutsche Bank Pyramid** Award and 2010 he received the **New Generation Designer** from the British Fashion Council.

The brand's aim is to be progressive (visionary leadership, innovation and creativity) whilst influencing the way men dress, and has firmly established its signature look, embodying the modern gentleman with sharp cuts, unique finishing and the brand's trademark details.

The brand is fast becoming recognisable for its modern approach to colour and its signature navy suit acknowledged by the media and artists all over the world. It has shown in London, New York, Miami, Chicago, Paris, Japan and as part of Arabian Fashion World.

The label is committed to developing external relations and focuses on collaborating with companies on new projects, events and developing key angles to the brand, recently working with **Chris and Tibor** on a range of men's luggage and consultancy on a line for the Turkish brand **Tween** for Fall 2010 and Spring 2011.

Omar Kashoura was awarded **New Generation Designer** from the BFC for Spring 2011 and has recently been invited to produce a collection in collaboration with **Topman under Lens** for Spring 2012.



OMAR KASHOURA

COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

La col·lecció de Tardor 2011 continua desenvolupant la seva elegància relaxada en la vida a la ciutat dibuixant la seva imatge d'home Kashoura.

Se centra al voltant de temes d'actualitat sobre la guerra i forces de protesta, aquesta temporada ho veurem present a "Army of Elegance" dissenyat per al camp de batalla de la vida diària.

Fent una mirada enrere en valors com l'ètica i la camaraderia Kashoura torna als bàsics al mateix temps que l'encant i el talent progressen; influències de soldadets de joguina, accessoris industrials i talls amb làsers que queden plasmats en el seus dissenys.

Continuant amb la filosofia de la col·lecció de primavera, crea amb el que troba, sargeix o arreglar, trobarem peces tenyides, reciclades i teixits muntats. La fabricació i els acabats són contrastos i contradictoris com es veu a Vanitas, vida i mort. Barrejar teixits metàl·lics amb teixits naturals i els uneix amb roba.

La colección de Otoño 2011 sigue desarrollando la elegancia relajada de Kashoura en la vida de la ciudad. Dibujando su imagen de hombre Kashoura.

Se centra en temas de actualidad sobre la guerra y las fuerzas de protesta, esta temporada lo veremos reflejado en "Army of Elegance" diseñado para el campo de batalla de la vida diaria.

Al mirar atrás y fijarse en valores como la ética y la camaradería, Kashoura vuelve a los básicos a la vez que progresa el encanto y talento; influencias de soldados de plomo se plasman en sus diseños con accesorios industriales y cortes con láser.

Siguiendo con su filosofía de la colección de primavera de crear con lo que encuentra y remendar, encontraremos prendas teñidas, recicladas y tejidos superpuestos. La fabricación y los acabados son opuestos y contradictorios como vemos en Vanitas, vida y muerte. Mezclar tejidos metálicos con naturales y unirlos con ropa.

The collection for Fall 2011, continues to develop Kashoura's relaxed elegance in city life and paints his picture of the Kashoura man.

Focusing on current world issues of war and striking forces, this season will see Kashoura present an 'Army of Elegance', built for the battlefield of everyday life.

Looking back to early morals and camaraderie Kashoura goes back to basics, whilst progressing the Kashoura charm and wit; influences from toy soldiers will be seen with industrial accessories and laser cutting.

Continuing his make do and mend ethic of Spring we'll be seeing overdyed, recycled and constructed fabrics. Making and finishing will be contrasting and contradictory as in Vanitas, of life and death. Mixing metal fabrics with natural and bonding fabrics together.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:
Omar Kashoura

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:
OMAR KASHOURA

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:
*Studio 12, Alphabet Square. Hawgood Street
E3 3RT London (UK)
TEL.: +44 (0) 20 7531 6155
www.omarkashoura.com | studio@omarkashoura.com*

CELIA VELA

*

02 / 02 / 2011 12:00h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY



Desfilades a la Passarel·la Gaudí els anys 1996, 1997 i 1998.

Des del 1999, desfilades individuals en diferents ubicacions de Barcelona.

Des del 1998 té botiga pròpia a Figueres. Durant el 2003 amplia la botiga de Figueres amb un nou espai dedicat a les nívies.

Participa a les fires "Spain Fashion" de Tòquio, i d'Osaka, el 1998 i el 1999. A partir de gener de 2000 participa en les edicions de la "International Fashion Fair" de Tòquio.

El febrer de 2000 s'inaugura www.celiavela.com.

Des del 2001 fins al 2006 participa a l'"Espacio Cibeles-SIMM" de Madrid.

El 2003 i el 2004 presenta les seves col·leccions al saló "Atmosphère" de París.

El 2005 arriba a un acord amb la marca de luxe Agua de Sevilla per al disseny i producció, en exclusiva, d'una línia per a dona etiquetada "Celia Vela para Agua de Sevilla".

Durant el mes d'octubre de 2005 realitza una exposició titulada "Celia Vela-10 anys, 10 mirades de moda" al Museu de l'Empordà de Figueres amb motiu del 10è aniversari de la marca.

El 2007 participa al Bread & Butter Barcelona.

Des 2009, té showroom permanent a Tòquio.

El 2010 participa en les dues edicions de la passarel·la 080 Barcelona Fashion.

Participa en conferències sobre disseny i moda assíduament des del 1998.

Col·labora amb les empreses Coty-Astor, Dupont, Barcelona Moda Centre, Lucky Strike, Artextil, i amb associacions com ara ModaFAD i Cercle Tèxtil, entre d'altres.

Celia Vela ven a Espanya, al Japó, a la Unió dels Emirats Àrabs, al Líban, a l'Àràbia Saudita i als Estats Units.

Durante los años 1996, 1997 y 1998, Celia Vela desfila en la "Passarel·la Gaudí", Barcelona.

Desde 1998 tiene tienda propia en Figueres. Durante 2003 amplía su tienda con un nuevo espacio dedicado a las novias.

Desde 1999 participa en desfiles individuales en distintas ubicaciones de Barcelona.

Entre 1998 y 1999, participa en las ferias "Spain Fashion" de Tokyo y Osaka.

A partir de enero de 2000 participa en las ediciones de la "International Fashion Fair" de Tokyo.

En febrero de 2000 se inaugura www.celiavela.com.

Desde 2001 hasta 2006 participa en el "Espacio Cibeles-SIMM" de Madrid.

En 2003 y 2004 presenta sus colecciones en el salón "Atmosphère" de París.

En 2005 llega a un acuerdo con la firma de lujo Agua de Sevilla para el diseño y producción, en exclusiva, de una línea para mujer etiquetada "Celia Vela para Agua de Sevilla".

Durante el mes de octubre de 2005 realiza una exposición titulada "Celia Vela: 10 años, 10 miradas de moda" en el Museo de l'Empordà de Figueres con motivo del 10º aniversario de la firma.

En 2007 participa en Bread & Butter Barcelona.

Desde 2009 tiene showroom permanente en Tokyo.

En 2010 participa en las dos ediciones de la pasarela 080 Barcelona Fashion.

Desde 1998 participa habitualmente en conferencias sobre diseño y moda.

Colabora con las empresas: Coty-Astor, Dupont, Barcelona Moda Centre, Lucky Strike, Artextil, y con asociaciones como ModaFAD y Cercle Tèxtil entre otras.

Celia Vela vende en España, Japón, Emiratos Árabes, Líbano, Arabia Saudí y EE.UU.

She held runway shows during the “Passarel·la Gaudi” in Barcelona in 1996, 1997 and 1998. From 1998 she has had her own shop in Figueres. During 2003 she extended the shop in Figueres with a new space for bridalwear. Since 1999, she has held individual runway shows in various venues around Barcelona. She participated in the Tokyo and Osaka “Spanish Fashion Fair” in 1998 and 1999. Since January 2000, she has participated in the “International Fashion Fair” in Tokyo. In February of 2000, www.celiavela.com was launched. From 2001 to 2006, she took part in “Espacio Cibeles-SIMM”, Madrid. In 2003 and 2004 she presented her collections at “Atmosphère”, Paris. In 2005 she reached an agreement with the luxury brand “Agua de Sevilla” for the exclusive rights to

the design and production of a women's line under the label “Celia Vela para Agua de Sevilla”. During October 2005 she held an exhibition entitled “Celia Vela-10 years, 10 fashionable looks” in the Museu de l'Empordà in Figueres to mark the brand's 10th anniversary. In 2007 she participated in Bread & Butter Barcelona. From 2009, she has had a permanent showroom in Tokyo. In 2010 she participates in both editions of 080 Barcelona Fashion. Since 1998 she has been a frequent participant in conferences on design and fashion. She collaborates with the following companies: Coty-Astor, Dupont, Barcelona Moda Center, Lucky Strike, Artextil and with associations such as ModaFAD and Cercle Tèxtil. Celia Vela sells in Spain, Japan, United Arab Emirates, Saudi Arabia and USA.

COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

LIMERENCIA

És el nom
Un fenomen emocional
Involuntari
Vinculat a l'enamorament
Fins i tot, per a tota la vida

----- LIMERENCIA

Es el nombre
Un fenómeno emocional
Involuntario
Vinculado al enamoramiento
Incluso para toda la vida

----- LIMERENCE

Is the name
An emotional phenomenon
Involuntary
Linked to falling in love
Even, for a lifetime

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:
Celia Vela

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:
CELIA VELA

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:
C/Banyuls, 2 baixos
17600 Figueres, Girona (SP)
TEL.: +34 972 674 617 / +34 972 504 560
www.celiavela.com | central@celiavela.com

SCHIPPER/ ARQUES

*

02 / 02 / 2011 13:30h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

Boris Schipper va néixer a Holanda el 1973 i Tomas Pedrosa Arques a Bèlgica el 1969, la marca SCHIPPER/ARQUES es va crear a Bèlgica l'any 2008.

Després de deixar la prestigiosa acadèmia Gerrit Rietveld d'Amsterdam, Boris Schipper va començar a dissenyar per a la vida nocturna i per a clients privats, primer en solitari i més tard amb el seu soci Tomas Pedrosa Arques.

La col·lecció SCHIPPER/ARQUES tracta de la celebració de la forma i la textura en una col·lecció amb forts contrastos entre estructures i fluïdesa i combina influències underground amb tècniques d'acabat d'alta costura.

Para atenció al detall, es tracta d'una col·lecció fràgil i agressiva que dibuixa un món d'elegància romàntica amb un teló de fons de fetitxisme refinat. La passió pel tall i la creació i el poder d'utilitzar la roba per dibuixar la forma d'una silueta són la base de cada col·lecció.

Schipper i Pedrosa Arques van començar a treballar junts el 1998 com a estilistes per a clubs, vídeos musicals i moda, evolucionant fins a atendre clients privats de classe alta arreu del món.

El seu enfocament conceptual i el seu relat contracultural, que explica una opinió oberta sobre tota la comunicació visual i el maquillatge, són una part essencial de la identitat de la marca.

Boris Schipper nació en Holanda en 1973 y Tomas Pedrosa Arques en Bélgica en 1969, la marca SCHIPPER/ARQUES se creó en Bélgica en 2008.

Tras dejar la prestigiosa academia Gerrit Rietveld de Amsterdam, Boris Schipper comenzó a diseñar para la vida nocturna y clientes privados, primero en solitario y luego con su socio Tomas Pedrosa Arques.

La colección SCHIPPER/ARQUES trata sobre la celebración de la forma y la textura en una colección con fuertes contrastes entre estructura y fluidez, combinando influencias underground con técnicas de acabado de alta costura.

Presta atención al detalle, se trata de una colección frágil y agresiva, que dibuja un mundo de elegancia romántica con un telón de fondo de fetichismo refinado.

La pasión por el corte y la creación y el poder de usar la ropa para dibujar la forma de una silueta son la base de cada colección.

Schipper y Pedrosa Arques empezaron a trabajar juntos en 1998 como estilistas para clubs, vídeos musicales y moda, evolucionando hasta atender a clientes privados de clase alta en todo el mundo.

Su enfoque conceptual y su relato contracultural, que cuenta una opinión abierta sobre toda la comunicación visual y el maquillaje, son una parte esencial de la identidad de la marca.



Boris Schipper was born in the Netherlands in 1973 and Tomas Pedrosa Arques in Belgium in 1969, the SCHIPPER/ARQUES label was formed in Belgium in 2008.

After dropping out of the prestigious Gerrit Rietveld academy in Amsterdam, Boris Schipper started designing for nightlife and private clients, first by himself and later together with his partner Tomas Pedrosa Arques.

The SCHIPPER/ARQUES collection is about celebrating shape and texture in a collection with strong contrasts between structure and fluidity, combining underground influences with couture finishing techniques.

With attention to detail, a collection both fragile and aggressive, pictures a world of romantic elegance against a backdrop of refined fetishism.

A passion for cut and construction and 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.

COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

Schipper/Arques Ivern 2011-12 'Exoskeleton'

De nou, la col·lecció és un prolongament del concepte.

La col·lecció sempre és un experiment d'estretament i de transformació del cos

Schipper/Arques força els límits amb la col·lecció d'Hivern 2011/12.

Les col·leccions són part d'un procés de disseny en evolució. Sempre desenvolupen la història anterior, continuant on l'anterior va deixar un incompliment artístic.

Aquest hivern alguna cosa coexisteix amb la humanitat.

En imitar la feminitat, aquestes criatures semblen quarterbacks al Mugler dels 90' amb la seva armadura corporal més impressionant.

No són animals ni humans, són capaços de transformar els seus cossos físicament, de manera que les parts més resistents són a fora, creant un exoskeleton.

Aquesta armadura és necessària per protegir una bellesa suau i fràgil a l'interior.

Amb les formes distants però contemplatives d'un animal curiós, es mou per la nostra societat, buscant l'ànima vulnerable més preciosa.

Un cop trobada, intentaran transformar aquest ésser vulnerable, per tal que estigui millor equipat per afrontar els perills i dificultats de la vida diària.

Schipper/Arques Invierno 2011-12 'Exoskeleton'

De nuevo la colección es una prolongación del concepto.

La colección siempre es un experimento de estrechamiento y transformación del cuerpo

Schipper/Arques fuerzan los límites con la colección de Invierno 2011/12.

Las colecciones son parte de un proceso de diseño en evolución, siempre desarrollando la historia anterior, continuando donde el anterior dejó un incumplimiento artístico.

Este invierno algo coexiste con la humanidad.

Imitando la feminidad estas criaturas parecen quarterbacks en el Mugler de los 90' con su más que impresionante armadura corporal.

No son animales ni humanos, son capaces de transformar sus cuerpos físicamente de forma que las partes más resistentes estén fuera, creando un exoskeleton.

Esta armadura es necesaria para proteger una belleza suave y frágil en el interior.

Con las formas distantes pero contemplativas de un animal curioso, se mueve por nuestra sociedad, en busca del alma más preciosa y vulnerable.

Una vez encontrada, intentarán transformar a este ser vulnerable para que esté mejor equipado y poder afrontar los peligros y dificultades de la vida diaria.

Schipper/Arques winter 2011-12 'Exoskeleton'

Again the collection is a prolongation of the concept.

As the collection is always an experiment of constriction and body transformation

Schipper/Arques is pushing the boundaries with the collection for Winter 2011/12.

The collections are part of an evolutionary design process; always further developing the previous story, moving on where the previous left an artistic unfulfillment.

This winter something is coexisting with humanity. Mimicking femininity these creatures are looking like quarterbacks in 90's Mugler with their extremely impressive body armour.

Neither animal nor human, they are able to physically transform their bodies so that the toughest parts are on the outside, creating an exoskeleton.

This larger than life armour is needed to protect a soft and fragile beauty on the inside.

With the detached but contemplative ways of a curious animal they move through our society,



searching for the most precious but therefore ultimately vulnerable soul.

Once found, they will try to transform this vulnerable being so it will be better equipped to cope with the dangers and difficulties of daily life.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:

Boris Schipper & Tomas Pedrosa Arques

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:

SCHIPPER/ARQUES

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:

Kattegatstraat 6

3500, Hasselt, Belgium

TEL. +32 (0) 498 335 063

www.schipperarques.com | boris@schipperarques.com - tomas@schipperarques.com

MANUEL BOLAÑO

*

02 / 02 / 2011 16:00h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

Nascut a Barcelona però criat a Galícia, l'any 2002 es trasllada novament a la ciutat comtal per cursar estudis de moda a la Escuela Superior de Diseño y Moda Felicidad Duce. Després d'un període de treball amb l'equip de disseny de Mango, Manuel Bolaño decideix iniciar la seva pròpia col·lecció.

El 2007 guanya el premi a la millor col·lecció de la seva promoció a Bread & Butter Barcelona, participa a la Pasarela Abierta de Murcia i és premiat en el concurs Jóvenes Creadores de Madrid i al Festival Noovo de Santiago de Compostela. A més a més, és seleccionat per participar en el Projecte Bressol de la Generalitat de Catalunya.

El setembre de 2008 presenta la seva primera col·lecció "Viudas", a la passarel·la 080 Barcelona Fashion.

El març de 2009 torna a desfil·lar a la passarel·la 080 Barcelona Fashion amb la col·lecció "Peliqueiros" i la presenta al Rendez-Vous Femme de París. El setembre de 2009 presenta la col·lecció. "Canela en Rama" a la 080 Barcelona Fashion i el gener de 2010 presenta la col·lecció "¿Por qué todo ha de ser de color de rosa?".

El juliol de 2010 desfila amb la seva col·lecció "Algo de mí" a la passarel·la 080 Barcelona Fashion amb la qual guanya el Premi a la Millor Col·lecció femenina del 080 Barcelona Fashion.

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.

Después de un periodo de trabajo en el equipo de diseño de Mango, Manuel Bolaño decide iniciar su propia colección.

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



y en el Festival Noovo de Santiago de Compostela. También es seleccionado para participar en el Projecte Bressol de la Generalitat de Catalunya.

En septiembre de 2008 presenta en la pasarela 080 Barcelona Fashion su primera colección, "Viudas".

En marzo de 2009 vuelve a desfil·lar en la pasarela 080 Barcelona Fashion con su colección "Peliqueiros", y la presenta en Rendez-Vous Femme, París. En septiembre de 2009 presenta en la pasarela 080 Barcelona Fashion su colección "Canela en Rama" y en enero de 2010 presenta su colección "¿Por qué todo ha de ser de color de rosa?".

En julio de 2010 vuelve a desfil·lar en la pasarela 080 Barcelona Fashion con su colección "Algo de mí", con la que consigue el premio a la mejor colección femenina de 080 Barcelona Fashion.

Born in Barcelona, but raised in Galicia. In 2002 Manuel Bolaño made the move back to Barcelona, where he studied fashion at the Escuela Superior de Diseño y Moda Felicidad Duce.

After a stint on the design team at Mango, he decided to start work on his own collection.

In 2007 he won the prize for best collection in his category at Bread & Butter Barcelona, as well as participating in Pasarela Abierta de Murcia and winning prizes as Jóvenes Creadores de Madrid and the Noovo Festival in Santiago de Compostela. He was also selected to participate in the Projecte Bressol, organised by the Generalitat de Catalunya.

In September 2008 his first collection "Viudas" (Widows), was paraded at 080 Barcelona Fashion.

In March 2009, his collection "Peliqueiros" was

also show on the 080 Barcelona Fashion catwalk and later at Paris Rendez-Vous Femme, in Paris. In September of the same year his collection "Canela en Rama" (Stick Cinnamon) was shown on the 080 Barcelona catwalk and the collection "¿Por qué todo ha de ser de color de rosa?" (Why does everything have to be pink?) was presented in January 2010.

In July 2010, his collection "Algo de mi" (A little about me) was also on the 080 Barcelona Fashion catwalk, with it he won the award for best woman collection 080 Barcelona Fashion.



COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

ASSAIG PER A UN COMIAT

*Escapar, escapar cap a un bosc.
Pots anar o tornar
o millor deixar de ser avui per sempre
el que no vas ser i ja no seràs mai.
Bosc tenebrós. Tens fred.
Ombres inanimades em persegueixen.
Vull córrer però no puc
els arbres em murmuren
els animals m'emparen.
Ser feliç o patir
ara si sabràs el que se sent
quan en el somni la víctima ets tu.*

ENSAYO PARA UNA DESPEDIDA

*Escapar, escapar hacia un bosque.
Puedes ir o volver
o mejor dejar de ser hoy para siempre
lo que no fuiste y ya no serás jamás.
Bosque tenebroso. Tienes frío.
Sombras inanimadas me persiguen.
Quiero correr pero no puedo
los árboles me susurran
los animales me arropan.
Ser feliz o padecer
ahora si vas a saber lo que se siente
cuando en el sueño la víctima eres tu.*

REHEARSAL FOR A FAREWELL

*Escape, escape towards a forest.
You can go or return
or ceasing to be better today forever
so do not go and you will not be ever.
Dark forest. You're cold.
Inanimate shadows haunt me.
I want to run but I can not
trees whisper
animals clothed me.
Being happy or suffer
now if you'll know what it feels like
sleep when the victim is you.*

DISSENYADOR/DISEÑADOR/DESIGNER:

Manuel Bolaño Gómez

MARCA COMERCIAL/COMMERCIAL BRAND:

MANUEL BOLANO

ADREÇA/DIRECCIÓN/ADDRESS:

*C/ Aragón, 344, 3º 1ª
08009, Barcelona (SP)
TEL. +34 687 644 750
www.manuelbolano.com | info@manuelbolano.com*

YIORGOS ELEFTHERIADES

*

02 / 02 / 2011 17:30h

BIOGRAFIA / BIOGRAFÍA / BIOGRAPHY

Les col·leccions de Yorgos Eleftheriades han desfilat per Atenes, París i Barcelona.

La seva filosofia es basa en el seu amor per les formes clàssiques. En la seva recerca per l'elegància contemporània, aspira a crear una veritable alternativa a l'estil urbà amb formes interessants, sastreria de qualitat i combinacions experimentals de teixits i textures. Sovint, li apassiona combinar materials o elements oposats. Les principals qualitats de la seva percepció del disseny són l'atemporalitat transestacional i un enfocament de la transició del dia a la nit glamurós i fresc.

Probablement les peces poden semblar minimalistes i amb línies molt definides quan es combinen entre si, però també es poden portar amb un estil més accessible i neoromàntic, juxtaposant teixits i siluetes.

Durant molts anys, ha col·laborat amb alguns dels directors, actors i actrius més importants de Grècia.

Respectuós amb el medi ambient, utilitza teixits naturals i ecològics des que va començar en el món de la moda.

El seu representant és Mc2 commercial showroom, de París.

Té distribuïdors a Grècia: YeshopInHouse; el Japó: Via Bus Stop stores, Raconter i Meme Designs; Corea: Supernormal; Itàlia: We Tad i Luisa via Roma; França: Kabuki; Regne Unit: Machine-A; Hong Kong: Uma Miy; Canadà: Basia; Egipte: LSquare; l'Àrabia Saudita: Ayla; etc.

El seus dissenys han aparegut en nombroses revistes com: Numéro Homme, Dapper Dan, Mixte, Soon, Vogue Japan, Harper's Bazaar Japan, Dazed & Confused Japan, Amusement, Metal, Surface, Zoo Magazine, So Chic, Wallpaper, 10, ID, Gad Japan, Glamour, Citizen K, etc.

Las colecciones de Yorgos Eleftheriades han desfilado en Atenas, París y Barcelona.

Su filosofía se basa en su amor por las formas

clásicas. En su búsqueda de la elegancia contemporánea, aspira a crear una verdadera alternativa de estilo urbano con formas interesantes, sastrería de calidad y combinaciones experimentales de tejidos y texturas. A menudo opta por unir materiales y elementos opuestos. Las principales cualidades de su percepción del diseño son la atemporalidad trans-estacional y un enfoque del paso del día a la noche glamuroso y fresco.

Las prendas parecen minimalistas y con líneas muy definidas al combinarse entre sí, pero también pueden lucirse con un estilo más accesible y neo-romántico con la superposición de tejidos y siluetas.

Durante muchos años ha colaborado con algunos de los directores, actores y actrices más influyentes de Grecia.

Yorgos Eleftheriades es respetuoso con el medio ambiente, empleando desde el inicio de su carrera tejidos naturales y ecológicos.

Su representante es Mc2 commercial showroom de París.

Tiene distribuidores en Grecia: YeshopInHouse, Japón: Via Bus Stop stores, Raconter, Meme Designs, Corea: Supernormal, Italia: We Tad, Luisa via Roma, Francia: Kabuki, Reino Unido: Machine-A, Hong Kong: Uma Miy, Canadá: Basia, Egipto: LSquare, Arabia Saudí: Ayla etc.

Sus diseños han aparecido en numerosas revistas: Numéro Homme, Dapper Dan, Mixte, Soon, Vogue Japan, Harper's Bazaar Japan, Dazed&Confused Japan, Amusement, Metal, Surface, Zoo Magazine, So Chic, Wallpaper, 10, ID, Gad Japan, Glamour y Citizen K. etc.

Yorgos 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. He is often fond of bringing together contrasting materials or elements. 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. For many years, he has been cooperating with some of the most important directors and actors/actresses in Greece.

Being environmentally conscious, he has been using natural and eco friendly textiles since the start of his career.

He is represented by Mc2 commercial showroom in Paris.

COL·LECCIÓ / COLECCIÓN / COLLECTION

Un dels elements fonamentals en el procés del disseny d'aquesta col·lecció és la redefinició del concepte de luxe en el vestir diari.

La col·lecció explora les fases en les quals la nostra ment treballa per arribar a combinar la necessitat d'una peça còmoda i l'orgull humà de ser únic i creatiu.

L'equilibri es troba sovint en la combinació de teixits, teles, textures, formes asimètriques que fan que l'espectador es replantegi com tendim a veure la forma humana.

Uno de los elementos fundamentales en el diseño de esta colección es la redefinición del concepto de lujo en el vestir diario.

La colección explora las fases con las que trabaja nuestra mente para combinar nuestra necesidad de tener una prenda cómoda y que combine con el orgullo humano por ser único y creativo con la propia apariencia.

A menudo, este equilibrio se encuentra en la combinación de tejidos, texturas y formas asimétricas que motivan al espectador a reevaluar cómo tendemos a ver la forma humana.

One of the fundamental elements in the design procedure of this collection is to redefine the notion of luxury in everyday dressing.

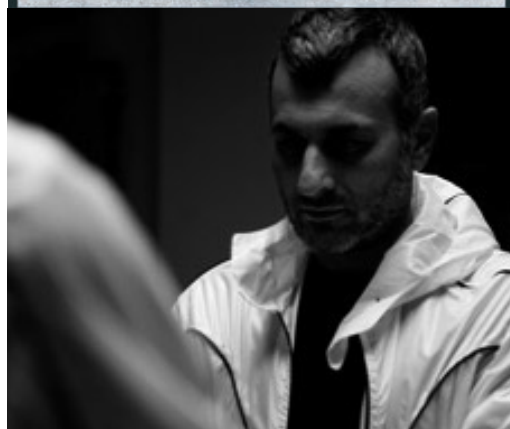
The collection explores the stages with which our mind works in order to combine both our need to have a consistent and comfortable uniform and a human's pride in being unique and creative with its own appearance.

Balance is often found in the combination of textiles, fabrics and textures and asymmetrical shapes that provoke the viewer to re-evaluate how we tend to see the human form.

Stockist:

Greece: YeshopInHouse, **Japan:** Via Bus Stop stores, Raconter, Meme Designs, **Korea:** Supernormal, **Italy:** We Tad, Luisa via Roma, **France:** Kabuki, **UK:** Machine-A, **Hong Kong:** Uma Miy, **Canada:** Basia, **Egypt:** LSquare, **Saudi Arabia:** Ayla etc.

His work has been presented in many magazines such as: Numéro Homme, Dapper Dan, Mixte, Soon, Vogue Japan, Harper's Bazaar Japan, Dazed&Confused Japan, Amusement, Metal, Surface, Zoo Magazine, So Chic, Wallpaper, 10, ID, Gad Japan, Glamour and Citizen K etc.



DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER:
Yiorgos Eleftheriades

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND:
YIORGOS ELEFThERIADES

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS:
13, Agion Anargiron Str.
10554 Athens, Greece
TEL./FAX: +30 210 331 2622
info@yiorgoseleftheriades.gr | www.yiorgoseleftheriades.gr





SHOWROOM

SHOWROOM

31 / 01 / 2011 · 13,00h - 20,00h 01/02/2011 · 10,00h - 20,00h 02/02/2011 · 10,00h - 17,30h

000001 GARMENTS

(Dona / Mujer / Woman)

Contacte / Contacto / Contact
Albert Vidal

Adreça / Dirección / Address

C/ del Pilar 6A

43110 La Canonja, (Tarragona)
Espanya

TEL.: +34 977 546 075 /

+34 667 345 081

www.000001garments.com

info@000001garments.com

A&C

(Joieria / Joyería / Jewelry)

Dissenyador / Diseñador / Designer

Ann Van Lierde

Director / Manager

Ignace Van Laecke

Responsable comercial /

Commercial contact

Francisca Cortes

Agente comercial

Paqui Cortes

Contacte / Contacto / Contact

Paqui Cortes

Adreça / Dirección / Address

Stadsweg 5, Geraardesbergen

B-9500, Oost-Vlaanderen,

Belgica

TEL.: +32 24 780 096

FAX.: +32 54 410 276

www.ac.no

annb@scarlet.be

AIRE DISTINTO, ABANICOS

(Ventalls / Abanicos / Fans)

Dissenyador / Diseñador / Designer

Lola Blay Montoro

Responsable comercial /

Commercial contact

Lola Blay

Agente de prensa

Lola Blay

Agente comercial

Paqui Cortes Álvarez

+ 34 667 714 701

Contacte / Contacto / Contact

Lola Blay

Adreça / Dirección / Address

C/ Major, 104

46960 Aldaya, (Valencia)

Espanya

TEL.: +34 961 501 139 /

+34 961 507 470

FAX.: +34 961 508 433

airedistinto@airedistinto.es

AMISHI LONDON

(Bolsos / Bolsos / Bags)

Dissenyador / Diseñador / Designer

Amishi Dhanuka

Director / Manager

Amishi Dhanuka

Responsable comercial /

Commercial contact

Rosie Houbenova

Agència de premsa / Agencia de prensa / Press agency

Mercer Keeble Ltd.

Agent / Agente / Agent

Sally Keeble

Contacte / Contacto / Contact

Rosie Houbenova

Adreça / Dirección / Address

52 Berkeley Square

London W1J 5BT

UK

TEL.: +44 20 7493 9775

FAX.: +44 20 7499 1933

www.amishi.eu

shows@amishilondon.com

ANNAVALLLDAURA

(Joieria / Joyería / Jewelry)

Dissenyador / Diseñador / Designer

Anna Valldaura Claret

Director / Manager

Anna Valldaura Claret

Responsable comercial /

Commercial contact

Anna Valldaura Claret

Contacte / Contacto / Contact

Nuria Verdaguer Fontanet

Adreça / Dirección / Address

Carrer Transversal, 143 - 2on

08225 Terrassa, (Barcelona)

Espanya

TEL.: +34 937 883 877

FAX.: +34 937 885 231

www.annavalldaura.com

info@annavalldaura.com

ARTESANIA CATALUNYA – CCAM / GENERALITAT DE CATALUNYA

(Joieria i complements / Joyería y complementos / Jewelry and accessories)

Adreça / Dirección / Address

C/ Banys Nous, 11

08002 Barcelona

Espanya

TEL.: +34 934 674 660

FAX.: +34 934 674 670

www.artesania-catalunya.com

info@artesania-catalunya.com

BABYLONE

(Joieria / Joyería / Jewelry)

**Dissenyador / Diseñador /
Designer**

Christine Laaban

Director / Manager

Christine Laaban

Responsable comercial /

Commercial contact

Michele Lebaron

Contacte / Contacto / Contact

Christine Laaban

Adreça / Dirección / Address

23 Rue Michel Le Comte

75003 Paris

France

TEL.: +33 148 047 574

FAX.: +33 148 048 795

www.babyloneparis.com

info@babyloneparis.com

BAROCA BIJOUX - PARIS

(Joieria / Joyería / Jewelry)

**Dissenyador / Diseñador /
Designer**

Bruno Benichou

Director / Manager

Bruno Benichou

Responsable comercial /

Commercial contact

Bruno Benichou

Agència de premsa / Agencia de

premsa / Press agency

in House

presse@baroca-paris.com

Contacte / Contacto / Contact

Julie / Simon

Adreça / Dirección / Address

5, rue Réaumur

75003 Paris

France

TEL.: +33 142 728 538

FAX.: +33 142 728 696

www.barocaparis.com

info@baroca-paris.com

BRAIN & BEAST

(Home i Dona / Hombre y Mujer /
Man and Woman)

DESFILADA / DESFILE/

FASHION SHOW:

31 / 01 / 2011 · 18,30h

**Dissenyador / Diseñador /
Designer**

Ángel Vilda

Director / Manager

Ángel Vilda

Responsable comercial /

Commercial contact

Belén Herrero

sales@brainandbeast.com

Agència de premsa / Agencia de

premsa / Press agency

Verónica Raposo

info@brainandbeast.com

Contacte / Contacto / Contact

Ángel Vilda / Verónica Raposo

Adreça / Dirección / Address

Gran de Gràcia, 15 - Ppal 1a

08012 Barcelona

Espanya

TEL.: +34 932 380 191

www.brainandbeast.com

beast@brainandbeast.com

CARDONA BONACHE

(Dona / Mujer / Woman)

DESFILADA / DESFILE/

FASHION SHOW:

01 / 02 / 2011 · 18,30h

**Dissenyador / Diseñador /
Designer**

Víctor Cardona Marqués

Israel Frutos Bonache

Responsable comercial /

Commercial contact

sales@cardonabonache.com

TEL.: +34 659 943 272

Agència de premsa / Agencia de

premsa / Press agency

in House

press@cardonabonache.com

TEL.: +34 659 106 418

Adreça / Dirección / Address

Av. Meridiana, 52-62- 1a Planta

08018 Barcelona

Espanya

TEL.: +34 626 597 009

www.cardonabonache.com

info@cardonabonache.com

CELIA VELA

(Dona / Mujer / Woman)

DESFILADA / DESFILE/

FASHION SHOW:

02 / 02 / 2011 · 12,00h

**Dissenyador / Diseñador /
Designer**

Celia Vela

Director / Manager

Jordi Rotllan

Agència de premsa / Agencia de

premsa / Press agency

in House

Contacte / Contacto / Contact

Jordi Rotllan

central@celiavela.com

Adreça / Dirección / Address

Banyuls, 2, baixos

17600 Figueres, (Girona)

Espanya

TEL.: +34 972 674 617

FAX: +34 972 504 560

www.celiavela.com

central@celiavela.com

SHOWROOM

31 / 01 / 2011 · 13,00h - 20,00h 01/02/2011 · 10,00h - 20,00h 02/02/2011 · 10,00h - 17,30h

CHEN

(Joyeria / Joyería / Jewelry)

Dissenyador / Diseñador / Designer

Chen

Director / Manager

Zhijan Chen

Responsable comercial / Commercial contact

Hanna Reimers

Agència de premsa / Agencia de prensa / Press agency
in House

Agent / Agente / Agent

Mar & Sierra, Belgium;

AM Agency, Netherlands

Contacte / Contacto / Contact

Hanna Reimers

Adreça / Dirección / Address

Roslagsgatan 51,

113 54 Stockholm,

Sweeden

TEL.: +46 8 612 2840

www.shanghaipearl.eu

info@shanghaipearl.eu

DIAMONDS & ROCK

(Dona / Mujer / Woman)

Dissenyador / Diseñador / Designer

Georges Mak

Director / Manager

Georges Mak

Responsable comercial / Commercial contact

Georges Mak

Agència de premsa / Agencia de prensa / Press agency
in House

Contacte / Contacto / Contact

Georges Mak

Adreça / Dirección / Address

13, rue de Washington

75008 Paris

France

TEL.: +33 612 263 520

www.diamondsandrock.com

georgesmak@hotmail.fr

FABIULOUS

(Complements / Complementos / Accessories)

Dissenyador / Diseñador / Designer

Fabien Harnist

Director / Manager

Fabien Harnist

Responsable comercial / Commercial contact

Fabien Harnist

Contacte / Contacto / Contact

Fabien Harnist

Adreça / Dirección / Address

Calle Valdés, 15 - piso 9

03001 Alacant (Valencia)

España

TEL.: +34 653 724 838

www.fabiulous.com

info@fabiulous.com

GALEND

(Joyeria / Joyería / Jewelry)

Dissenyador / Diseñador / Designer

Ms. Dawn

Director / Manager

David Mc Nally / Shannon Hang

Responsable comercial / Commercial contact

Shannon Hang

Contacte / Contacto / Contact

Shannon Hang

Adreça / Dirección / Address

38, Chemin du Grand Puits

1217 Meyrin

Switzerland

TEL.: +41 22 777 7357

FAX: +41 22 782 3718

shannon@galenda.com

CYAN

(Bolsos / Bolsos / Bags)

Dissenyador / Diseñador / Designer

Eva Yeste Polo

Director / Manager

Rosa Ciurans Ferrándiz

Responsable comercial / Commercial contact

Rosa Ciurans Ferrándiz

Agente comercial

Paqui Cortes

Contacte / Contacto / Contact

Eva Yeste Polo

Adreça / Dirección / Address

C/ Pons, 9-11 tda. 4ª

08016 Barcelona

España

TEL.: +34 933 535 865

www.cyanbolsos.com

bolsitoscyan@hotmail.com

DRAPS DISSENY

(Fulars / Fulars / Fulars)

Dissenyador / Diseñador / Designer

Montse Vilardosa Subirachs

Director / Manager

Montse Vilardosa Subirachs

Responsable comercial / Commercial contact

Montse Vilardosa Subirachs

Adreça / Dirección / Address

C/ Miguel de Cervantes, 24-26

08830 Sant Boi de Llobregat,

(Barcelona)

España

TEL.: +34 936 544 281

mvdrops@telefonica.net

JOSEP ABRIL*(Home / Hombre / Man)***DESFILADA / DESFILE/****FASHION SHOW:****01 / 02 /2011 · 16,00h***Dissenyador / Diseñador /
Designer**Josep Abril Janer**Director / Manager**Josep Abril**Responsable comercial /**Commercial contact**Ignasi Rodríguez Ramírez**ignasi@josepabril.com**Agència de premsa / Agencia de**prensa / Press agency**Emblem Comunicació**Adreça / Dirección / Address**Consell de Cent, 189**08015 Barcelona**Espana**TEL.: +34 934 536 892**+34 695 938 449**www.josepabril.com**contact@josepabril.com*

JUAN ANTONIO ÁVALOS*(Home / Hombre / Man)***DESFILADA / DESFILE/****FASHION SHOW:****31 / 01 /2011 · 16,00h***Dissenyador / Diseñador /
Designer**Juan Antonio Ávalos**Director / Manager**Juan Antonio Ávalos**Responsable comercial /**Commercial contact**Verónica Medina Cano**Agència de premsa / Agencia de**prensa / Press agency**Juan Antonio Ávalos**Agente comercial**Juan Antonio Ávalos**Contacte / Contacto / Contact**Juan Antonio Ávalos**Adreça / Dirección / Address**C/ Mare de Déu dels Àngels, 35**- local · 08921 Santa Coloma de**Graenet, (Barcelona)**Espana**TEL.: +34 933 856 251**www.juanantonioavalos.net**jaa@juanantonioavalos.com)*

JUSTICIA RUANO 9PM*(Dona / Mujer / Woman)***DESFILADA / DESFILE/****FASHION SHOW:****1 / 02 /2011 · 11,00h***Dissenyador / Diseñador /
Designer**Justicia Ruano**Director / Manager**Justicia Ruano**Responsable comercial /**Commercial contact**Pedro Naranjo / Isabel Isla**pedro.naranjo@9pmbarcelona.**com**Agència de premsa / Agencia de**prensa / Press agency**Press in House**Agente comercial**Pedro Naranjo / Justicia Ruano**Contacte / Contacto / Contact**Asun Gonzalo**TEL. +34 610 216 245**asun.gonzalo@9pmbarcelona.**com**Justicia Ruano**TEL. +34 650 015 403**Adreça / Dirección / Address**C/ Agricultura, 140 – 1er 2a**08019 Barcelona**Espana**TEL.: +34 933 078 130**www.9pmbarcelona.com**info@9pmbarcelona.com*

SHOWROOM

31 / 01 / 2011 · 13,00h - 20,00h 01/02/2011 · 10,00h - 20,00h 02/02/2011 · 10,00h - 17,30h

JUUN.J

(Home / Hombre / Man)

DESFILADA / DESFILE/

FASHION SHOW:

01 / 02 / 2011 · 19,30h

*Dissenyador / Diseñador /
Designer*

Juun.J

*Responsable comercial /
Commercial contact*

Esther M. Kim

*Agència de premsa / Agencia de
prensa / Press agency*

TOTEM, Paris

Sébastien de Brito

sebastien@totemfashion.com

Tel. +33 149 237 979

Agent / Agente / Agent

MC2 Difussion showroom, Paris

Nathalie Hillaire

nathalie.hillaire@mc2-

showroom.com

TEL. +33 148 040 648

Adreça / Dirección / Address

3F, Raemian Building, 524-17

Sinsa-dong, Kangnam-gu, Seoul
135-888

South Korea

TEL.: +82 2 515 0351/ 0343

FAX: +82 2 515 0352

www.juunf.com

KARLOTALASPALAS

(Home / Hombre / Man)

DESFILADA / DESFILE/

FASHION SHOW:

31 / 01 / 2011 · 19,30h

*Dissenyador / Diseñador /
Designer*

Karlota Lasपालas

Adreça / Dirección / Address

Gran Vía de les Corts Catalanes,
476, 1er - 1a

08015 Barcelona

Espana

TEL.: +34 932 928 699

www.karlotalaspalas.com

karlota@karlotalaspalas.com

KRIZIA ROBUSTELLA

(Dona / Mujer / Woman)

DESFILADA / DESFILE/

FASHION SHOW:

01 / 02 / 2011 · 20,30h

*Dissenyador / Diseñador /
Designer*

Krizia Robustella

*Responsable comercial /
Commercial contact*

Krizia Robustella

*Agència de premsa / Agencia de
prensa / Press agency*

Estela Portolés

press@kriziarobustella.com

Agent / Agente / Agent

krstore@kriziarobustella.com

Contacte / Contacto / Contact

Krizia Robustella

Adreça / Dirección / Address

C/ Montsió, 6 bis, 08002

Barcelona

Espana TEL.: +34 933 170 210

www.kriziarobustella.com

krizia@kriziarobustella.com

LUIS MANTEIGA

(MODAFAD)

(Home i Dona / Hombre y Mujer /
Man and Woman)

*Dissenyador / Diseñador /
Designer*

Luis Manteiga

Adreça / Dirección / Address

Escudellers, 6 1ª-1ª 2ª

08002 Barcelona

Espana

TEL.: +34 685 372 094

www.luismanteiga.com

luismanteiga@hotmail.com

MANUEL BOLAÑO

(Dona / Mujer / Woman)

DESFILADA / DESFILE/

FASHION SHOW:

02 / 02 / 2011 · 16,00h

*Dissenyador / Diseñador /
Designer*

Manuel Bolaño Gómez

*Agència de premsa / Agencia de
prensa / Press agency*

Système-D Paris · Jean-Luc

Dupont

mail@système-D.net

Contacte / Contacto / Contact

Manuel Bolaño

Adreça / Dirección / Address

C/ Aragón 344, 3º 1ª

08009 Barcelona

Espana

TEL.: +34 687 644 750

www.manuelbolano.com

info@manuelbolano.com

MER FERNÁNDEZ

(MODAFAD)

(Home / Hombre / Man)

*Dissenyador / Diseñador /
Designer*

Mercedes Fernández Mesa

Contacte / Contacto / Contact

Mercedes Fernández Mesa

Adreça / Dirección / Address

Torrent de l'Olla, 191 – 3º 1ª

08012 Barcelona

Espana

TEL.: +34 667 360 279

www.merfernandez.tumblr.com

mercedesfmesa@gmail.com

MERCÈ JUVÉS

(Joieria / Joyería / Jewelry)

*Dissenyador / Diseñador /
Designer*

Mercè Juvés

Director / Manager

Responsable comercial /

Commercial contact

Setle S.L.

*Agència de premsa / Agencia de
prensa / Press agency*

Paco Pepe Comunicació

Agente comercial

Setle S.L.

Contacte / Contacto / Contact

Mercè Juvés

Adreça / Dirección / Address

Provença 253, 08008 Barcelona

Espana

TEL.: +34 934 875 154

+34 659 482 510

www.mercejuves.com

mercejuves@yahoo.es

MIQUEL SUAY

(Home / Hombre / Man)

DESFILADA / DESFILE/

FASHION SHOW:

01 / 02 /2011 · 12,00h

*Dissenyador / Diseñador /
Designer*

Miquel Suay

Director / Manager

Miquel Suay

Responsable comercial /

Commercial contact

Amparo Cerdà

*Agència de premsa / Agencia de
prensa / Press agency*

Cero Comunicació

Agent / Agente / Agent

Amparo Cerdà

Contacte / Contacto / Contact

Eva Roig

Adreça / Dirección / Address

Barón de Cárcer,52

46001 Valencia

Espana

TEL.: +34 963 529 053 (Ext.2)

FAX: +34 963 516 482

www.miquelsuay.com

customer@miquelsuay.com

MIRIAM PONSÀ

(Dona / Mujer / Woman)

DESFILADA / DESFILE/

FASHION SHOW:

01 / 02 /2011 · 13,30h

*Dissenyador / Diseñador /
Designer*

Miriam Ponsa

Director / Manager

Enric Burgstaller

Responsable comercial /

Commercial contact

Enric Burgstaller

enric@miriamponsa.com

*Agència de premsa / Agencia de
prensa / Press agency*

in House

Agent / Agente / Agent

Carmen Gómez

Contacte / Contacto / Contact

Carmen Gómez

Adreça / Dirección / Address

Bruc, 25

08241 Manresa, (Barcelona)

Espana

TEL.: +34 938 721 758

FAX: +34 938 728 753

www.miriamponsa.com

info@miriamponsa.com

MONTSE LIARTE

(Dona / Mujer / Woman)

DESFILADA / DESFILE/

FASHION SHOW:

31 / 01 /2011 · 17,00h

*Dissenyador / Diseñador /
Designer*

Montse Liarte

Director / Manager

Montse Liarte

Responsable comercial /

Commercial contact

Montse Liarte

info@montseliarte.com

Adreça / Dirección / Address

C/Taxdirt 57-59, Esc.5 Local 2

08025 Barcelona

Espana

TEL.: +34 679 272 467

www.montseliarte.com

info@montseliarte.com

SHOWROOM

31 / 01 / 2011 • 13,00h - 20,00h 01/02/2011 • 10,00h - 20,00h 02/02/2011 • 10,00h - 17,30h

NAÄM BEN

(Calçat / Calzado / Shoes)

Dissenyador / Diseñador / Designer

Nasri Amar

Director / Manager

Nasri Amar

Responsable comercial / Commercial contact

Nasri Amar

Agència de premsa / Agencia de prensa / Press agency in House

Agent / Agente / Agent

Wilma Odin Lumeta

Contacte / Contacto / Contact

Nasri Amar

Adreça / Dirección / Address

3, Chemin des Salomons

74000 Annecy

France

TEL.: +33 680 683 934

www.naam-ben.com

info@naam-ben.com

NOT SO SERIOUS

(Dona / Mujer / Woman)

Dissenyador / Diseñador / Designer

David Pirnia

Director / Manager

David Pirnia

Responsable comercial /

Commercial contact

David Pirnia

Agència de premsa / Agencia de prensa / Press agency

in House

Agent / Agente / Agent

David Pirnia

Contacte / Contacto / Contact

David Pirnia

Adreça / Dirección / Address

Priory Gardens,

Wembley, Middx HAO 2GQ

UK

TEL/FAX.: +44 20 8908 0238

david@pirniacollection.co.uk

NUNA BISUTERIA

(Bijuteria / Bisutería / Jewellery)

Dissenyador / Diseñador / Designer

Nuria Carmona

Director / Manager

Manuel Ortinez Sabat

Responsable comercial / Commercial contact

Nuria Carmona

Agent / Agente / Agent

Paqui Cortes

Contacte / Contacto / Contact

Nuria Carmona

Adreça / Dirección / Address

TEL.: +34 667 714 701

www.nunabisuteria.es

nunabisuteria@hotmail.com

OMAR KASHOURA

(Home / Hombre / Man)

DESFILADA / DESFILE/

FASHION SHOW:

02 / 02 / 2011 • 11,00h

Dissenyador / Diseñador / Designer

Omar Kashoura

Responsable comercial /

Commercial contact

Robinson Pfeffer Showroom

Kyle Robinson

kyle@robinsonpfeffer.com

sales@omarkashoura.com

Agència de premsa / Agencia de

prensa / Press agency

Cube PR

Caroline Lamb

Caroline@cubecompany.com

47 Lambs Conduit Street

London WC1N 3NG

Contacte / Contacto / Contact

Paulo Riberio

studio@omarkashoura.com

Adreça / Dirección / Address

12, Alphabet square. Hawgood

Street

E3 3RT London

UK

TEL.: +44 20 7531 6155

www.omarkashoura.com

studio@omarkashoura.com

OZAKII LONDON

(Bijuteria / Bisutería / Jewellery)

Dissenyador / Diseñador / Designer

Ngozi Uchea

Director / Manager

Ngozi Uchea

Responsable comercial / Commercial contact

Ngozi Uchea

Agència de premsa / Agencia de prensa / Press agency

One PR

Adreça / Dirección / Address

24B Westbourn Terrace Road

W2 6NF London

UK

TEL.: +44 20 7289 2467

www.ozakii.com

ngozi@ozakii.com

SCHIPPER/ARQUES

(Dona / Mujer / Woman)

DESFILADA / DESFILE/

FASHION SHOW:

02 / 02 / 2011 • 13,30h

Dissenyador / Diseñador / Designer

Boris Schipper

Tomas Pedrosa Arques

Responsable comercial /

Commercial contact

Tomas Pedrosa Arques

tomas@schipperarques.com

TEL.: +32 498 335063

Agència de premsa / Agencia de

prensa / Press agency

Media&Cetera. Danièle Pollet

TEL.: +32 4 983 35 063

daniele.pollet@mediaetc.be

Adreça / Dirección / Address

Kattegatstraat 6

3500, Hasselt,

Belgium

TEL. +32 (0) 498 335 063

www.schipperarques.com

boris@schipperarques.com

tomas@schipperarques.com

TSOLO MUNKH*(Dona / Mujer / Woman)***DESFILADA / DESFILE/****FASHION SHOW:****31 / 01 / 2011 · 20,30h***Dissenyador / Diseñador /
Designer**Tsolmandakh Munkhuu**Responsable comercial /**Commercial contact**Showroom MC2 Paris**Agència de premsa / Agencia de**prensa / Press agency**TOTEM París**Agent / Agente / Agent**Magali Charruyer**magali.charruyer@mc2-**showroom.com**Adreça / Dirección / Address**41, rue Saintonge**75003 Paris**France**TEL.: +33 148 040 648**FAX: +33 148 040 649***TXELL MIRAS***(Dona / Mujer / Woman)***DESFILADA / DESFILE/****FASHION SHOW:****01 / 02 / 2011 · 17,00h***Dissenyador / Diseñador /
Designer**Meritxell Miras**Director / Manager**Meritxell Miras**Responsable comercial /**Commercial contact**Ivan Caparròs**Agència de premsa / Agencia de**prensa / Press agency**Emblem Comunicació**Contacte / Contacto / Contact**Ivan Caparròs**Adreça / Dirección / Address**Dr. Torras i Bages 50**08223 Terrassa, (Barcelona)**España**TEL.: +34 610 422 016**FAX: +34 937 848 622**www.txellmiras.eu**ivan@txellmiras.eu***LE VILLAGE DES
CRÉATEURS****FST HANDWEAR****SI TUSSOR ROSE CARBONE****TERRE VAGABONDE****TRAMWEAR***(Dona i Complements / Mujer
y Complemento / Woman and
Accessories)**Dissenyador / Diseñador /
Designer**Village des Créateurs**Director / Manager**Isabelle Gleize**Responsable comercial /**Commercial contact**Dalila Boukala**Agència de premsa / Agencia de**prensa / Press agency**in House: Delphine Joly**rp@villagedescreateurs.com**Bureau de Presse: Christian**Lemoine De La Salle**TEL: +33 608 562 391**christian@lemoinedelasalle.com**Adreça / Dirección / Address**Passage Thiaffait. 19, Rue René**Leynaud · 69001 Lyon**France**TEL.: +33 478 273 721**www.villagedescreateurs.com**developpement@**villagedescreateurs.com***YIORGOS ELEFThERIADES***(Home i Dona / Hombre y Mujer /
Man and Woman)***DESFILADA / DESFILE/****FASHION SHOW:****02 / 02 / 2011 · 17,30h***Dissenyador / Diseñador /
Designer**Yiorgos Eleftheriades**Director / Manager**Yiorgos Mo**Responsable comercial /**Commercial contact**Yiorgos Mo**Agència de premsa / Agencia de**prensa / Press agency**Mrs. Klairi Gaspari**klairi@yorgoseleftheriades.gr**Agent / Agente / Agent**MC2 Diffusion**Contacte / Contacto / Contact**catherine.gouin@mc2-**showroom.com**Adreça / Dirección / Address**13, Agion Anargiron Str.**10554 Athens,**Greece**TEL/FAX.: +30 210 33 12 622**www.yorgoseleftheriades.com**info@yorgoseleftheriades.gr*



PATROCINADORS
PATROCINADORES
SPONSORS





L'ampolla d'alumini de Heineken sorgeix a partir de la fluïdesa de les corbes i de les línies de força flexibles que l'envolten. Un exercici formal, rigorós i brillant amb el segell futurista d'un dels millors dissenyadors del món: Ora-Ïto.

I-con by Ora-Ïto és una síntesi perfecta entre allò que és simple i allò que és complex (simplexity, terme utilitzat per Ora-Ïto per definir la seva filosofia creativa).

Un disseny resultant de l'estreta col·laboració entre els equips d'innovació de Heineken i els equips especialitzats en el tractament d'alumini.

Més informació:
<http://www.heineken.es>

La botella de aluminio de Heineken surge a partir de la fluidez de las curvas y líneas de fuerza flexibles que la rodean. Un ejercicio formal, riguroso y brillante con el sello futurista de uno de los mejores diseñadores del mundo: Ora-ïto.

I-con by Ora-ïto es una síntesis perfecta entre lo simple y lo complejo (simplexity, es como Ora-ïto denomina su filosofía creativa).

Un diseño resultante de la estrecha colaboración entre los equipos de innovación de Heineken y equipos especializados en el tratamiento del aluminio.

Más información en:
<http://www.heineken.es>

Heineken's aluminium bottle arises from the fluidity of curves and lines of flexible forces that surround it. A rigorous, formal and brilliant exercise with the futuristic touch of one of the world's greatest designers: Ora-Ïto.

I-con by Ora-Ïto is a perfect synthesis between simplicity and complexity (simplexity, is how Ora-Ïto calls his creative philosophy).

A design resulted of a perfect combination and a close collaboration between Heineken's innovation team and specialized teams in aluminium treatment.

For further information:
<http://www.heineken.es>



El 1932 va aparèixer el primer stick de caramels Mentos, creats a partir d'una fórmula innovadora amb triple dragea. Des d'aquell moment, la companyia van Melle, empresa a la que pertanyia Mentos, va començar la seva ràpida expansió arreu del món.

La firma Perfetti va comprar Van Melle. Mentos va continuar innovant i va entrar en el mercat dels xiclets. L'any 2006, la companyia va adquirir l'empresa Chupa Chups i es va convertir en una gran companyia amb futur.

El 2007, Mentos es va introduir en el mercat dels xiclets a Espanya amb la idea de crear una marca important de confiteria que pogués oferir als seus consumidors xiclets i caramels. El 2010, la marca va presentar la seva última novetat en xiclets: Mentos Pure Fresh Extra Cool, que conté autèntics cristalls de xilitol en el seu interior.

Més informació:

<http://www.mentos.com.es>

<http://www.facebook.com/#!/MentosES>

En 1932 apareció el primer stick de caramelos Mentos, creados a partir de una fórmula innovadora con triple grajeado. A partir de ese momento la compañía Van Melle, empresa a la que pertenecía Mentos, empezó a expandirse con rapidez alrededor del mundo.

La firma Perfetti compró Van Melle. Mentos siguió innovando y entró en el mercado de los chicles. En el año 2006 la compañía adquirió la empresa Chupa Chups y se convirtió en una gran compañía con futuro.

En 2007 Mentos se introdujo en el mercado de los chicles en España con la idea de crear una marca importante de confitería que pudiera ofrecer a sus consumidores tanto chicles como caramelos. En 2010 la marca presentó su última novedad en chicles: Mentos Pure Fresh Extra Cool, que contiene auténticos cristales de xilitol en su interior.

Más información en:

<http://www.mentos.com.es>

<http://www.facebook.com/#!/MentosES>

The first tube of Mentos sweets appeared in 1932, using an innovative formula with triple layer coating. From that point, the Van Melle company, which owned Mentos, began to expand rapidly all over the world.

With the subsequent purchase of Van Melle by the Perfetti company, Mentos continued to innovate and penetrated the chewing gum market. In 2006, the company acquired the Chupa Chups brand, making it a leading company with a bright future.

In 2007, Mentos launched its chewing gum on the Spanish market with the aim of creating a major confectionery brand that could offer consumers a full range of chewing gums and sweets. In 2010 the brand presented its newest chewing gum product: Mentos Pure Fresh Extra Cool, with a filling of real xylitol crystals.

For further information:

<http://www.mentos.com.es>

<http://www.facebook.com/#!/MentosES>



HOTEL ME BARCELONA

Hotel oficial del 080 Barcelona Fashion

L'Hotel ME Barcelona i 080 Barcelona Fashion s'uneixen per potenciar la moda i la difusió de la imatge de Barcelona com una ciutat que aposta pels joves talents, pel disseny i per l'expansió de la moda catalana de forma internacional. D'aquesta forma, l'Hotel ME Barcelona es converteix en l'hotel oficial del 080 Barcelona Fashion.

L'hotel ME Barcelona, dissenyat pel prestigiós arquitecte francès Dominique Perrault, compta amb 29 plantes, 258 habitacions i suites i està ubicat en l'àrea del 22@, el districte tecnològic i més modern de Barcelona.

Les seves instal·lacions ofereixen un ampli ventall de serveis exclusius com l'Angels & Kings Bar, el Restaurant Dos Cielos dels germans Torres, l'exclusiva planta VIP The Level (que conté 43 habitacions de luxe i 23 suites), l'Sky Food Bar Restaurant & Lounge i el Yhi Spa.

Com a insígnia de la marca, l'Hotel ME Barcelona ofereix un concepte hotelier sense precedents, modern i ple de contrastos. La seva estructura fresca i la seva àmplia varietat d'espais inspira una energia que fusiona l'art, la vida, la gastronomia i la cultura al mateix temps que ofereix una experiència única a aquells que s'hi allotgen. Tot això fa que l'Hotel ME Barcelona s'hagi convertit en una referència d'avantguarda no només per als seus hostes, sinó també per als barcelonins que gaudeixen dels seus espais i de la seva oferta d'oci.

HOTEL ME BARCELONA

Hotel oficial del 080 Barcelona Fashion

El Hotel ME Barcelona y 080 Barcelona Fashion se unen para potenciar la moda y la difusión de la imagen de Barcelona como una ciudad que apuesta por los jóvenes talentos, por el diseño y por la expansión de la moda catalana de forma internacional. De esta forma, el Hotel ME Barcelona se convierte en el hotel oficial del 080 Barcelona Fashion.

El Hotel ME Barcelona, diseñado por el reconocido arquitecto francés Dominique Perrault, cuenta con 29 plantas, 258 habitaciones y suites, y está ubicado en el área del 22@, en el distrito tecnológico y más moderno de Barcelona.

Sus instalaciones ofrecen un amplio abanico de servicios exclusivos como el Angels & Kings Bar,

el Restaurante Dos Cielos de los hermanos Torres la exclusiva planta VIP The Level (que contiene 43 habitaciones de lujo y 23 suites), el Sky Food Bar Restaurant & Lounge y el Yhi Spa.

Como buque insignia de la marca, el Hotel ME Barcelona ofrece un concepto hotelero hasta ahora inédito, moderno y lleno de contrastes. Su estructura fresca y su amplia variedad de espacios inspiran una energía que fusiona arte, vida, gastronomía y cultura al tiempo que ofrece una experiencia única a quienes se alojan en él. Todo esto lleva a que el Hotel ME Barcelona se haya convertido en una referencia de vanguardia no solo para sus huéspedes, sino también para los barceloneses que disfrutan de sus espacios y de su oferta de ocio.

HOTEL ME BARCELONA

080 Barcelona Fashion Official Hotel

The Hotel ME Barcelona and 080 Barcelona Fashion are joining forces to promote fashion and raise the profile of Barcelona as a city that supports young talent, design and the international growth of Catalan fashion. Hotel ME Barcelona is delighted to be the official 080 Barcelona Fashion hotel.

Hotel ME Barcelona was designed by the well-known French architect Dominique Perrault and has 29 floors with 258 bedrooms and suites. The hotel is located in the 22@ area, Barcelona's technology district and the most modern part of the city.

The hotel has a wide range of first-class services such as the Angels & Kings Bar, the Dos Cielos Restaurant run by the Torres brothers, an exclusive VIP floor, "The Level" (with 43 luxury bedrooms and 23 suites), the Sky Food Bar Restaurant & Lounge and the Yhi Spa.

As the brand's flagship hotel, the ME Barcelona offers an unprecedented modern hotel concept full of contrasts. Its fresh structure and wide variety of spaces inspire an energy that merges together art, gastronomy and culture while offering guests a completely unique experience. Hotel ME Barcelona is a leading hotel in its class and has become extremely popular both with guests and with Barcelona residents who come to enjoy its spaces and leisure facilities.

LA ROCA VILLAGE, DESTINACIÓ INTERNACIONAL DE MODA

La Roca Village és un dels nou Chic Outlet Shopping® Villages, del grup Value Retail. Després de 12 anys d'existència, es consolida com a destí internacional de compres amb un model de negoci únic que atrau a un client cosmopolita, global i que aprecia el valor de les marques.

La consagració de La Roca Village com a referent de la moda no és casual. La seva acurada selecció de marques i dissenyadors i la ferma aposta per la qualitat i la sofisticació han fet de les visites al Village, una cita ineludible que cada any atrau a milions d'amants de la moda de tots els racons del món a la recerca de troballes úniques.

La Roca Village és un dels nou Chic Outlet Shopping® Villages que hi ha en les principals capitals de moda europees i que s'han convertit en un referent de compres intel·ligents. Perdre's en els seus carrers i places suposa descobrir un espai únic que compta amb les marques i dissenyadors que marquen tendències a nivell internacional amb descomptes que arriben fins a un 60% durant tot l'any.

Les tendències i els referents d'estil són cada cop més internacionals i es generen i evolucionen més ràpidament. En l'actualitat no només les estrelles i els personatges públics s'erigeixen com a icones de l'estil, sinó que cada cop més són els particulars que, a través dels nous espais com les xarxes socials i els blogs, són enaltits com a noves icones de l'estil i la seva és imatge és imitada per milers de seguidors. La creativitat s'ha convertit en un must diferenciador i imprescindible per lluir un estilisme únic. Per aquest motiu, la selecció de peces i looks cada cop és més acurada i busca sempre unir tendència, qualitat i preu.

Amb l'afany d'avançar-se a les tendències i a les predileccions dels més fashionistes, l'oferta de boutiques de La Roca Village es renova constantment per oferir sempre la millor selecció de marques de moda, accessoris, bellesa i decoració.

Des dels estils més clàssics als més transgressors, La Roca Village permet crear i personalitzar diferents

looks segons les necessitats i predileccions dels amants de la moda. Ja sigui per a la creació d'un fons d'armari atemporal o bé per l'adaptació de les tendències de les passarel·les més internacionals, el Village amb més de 100 boutiques de luxe, s'ha convertit en una parada imprescindible per a tots aquells que busquen la seva pròpia icona d'estil.

Destaquen marques prestigioses com Adolfo Domínguez, Antonio Miró, Bimba & Lola, Calvin Klein Jeans, Comptoir des Cotonniers, Custo Barcelona, Desigual, Diesel, Escada Sport, Façonnable, Gant, Hackett, Hoss Intropia, Hugo Boss, La Perla, Lacoste, Marithé+François Girbaud, Napapijri, Replan, Sita Murt, Spazio Dolce&Gabbana, TCN, Camper, Furla, L'Occitane, Lupo, Munich, Pretty Ballerinas, Piquadro, Ray-Ban, Swarovski, Tag Heuer, entre d'altres.

La Roca Village, como a promotor de la moda de qualitat i cercador de l'excel·lència i l'avantguarda dona suport a iniciatives com 080 Barcelona Fashion, que fomenta la creativitat i recolza els dissenyadores independents i les seves propostes.

Més sobre La Roca Village

La Roca Village és un outlet de luxe que ofereix col·leccions de temporades anteriors de les marques de moda i d'estil de vida líders a nivell mundial, a preus molt interessants i en atractius enclavaments a l'aire lliure denominats "Village".

La Roca Village (La Roca del Vallès, Barcelona) forma part del grup Value Retail, la primera empresa dedicada a crear outlets de luxe a Europa ubicats estratègicament a prop de les capitals neuràlgiques.

En l'actualitat, l'empresa compta amb 900 boutiques i amb més de 400 marques líders en el sector de la moda distribuïdes en 9 Villages: Londres (Bicester Village), París (La Vallée Village), Milà/Bolonya (Fidenza Village), Brussel·les/Düsseldorf (Maasmechelen Village), Frankfurt (Wertheim Village), Munic (Ingolstadt Village), Barcelona (La Roca Village), Madrid (Las Rozas Village) y Dublín (Kildare Village).

**www.ChicOutletShopping.com i
www.LaRocaVillage.com**



LA ROCA VILLAGE DESTINO INTERNACIONAL DE MODA

La Roca Village, es uno de los nueve Chic Outlet Shopping® Villages, del grupo Value Retail. Tras 12 años de existencia, se consolida como destino internacional de compras con un modelo de negocio único que atrae a un cliente cosmopolita, global y que aprecia el valor de las marcas.

La consagración de La Roca Village como referente en moda no es casual. Su cuidada selección de marcas y diseñadores así como su firme apuesta por la calidad y sofisticación han hecho de las visitas al Village una cita ineludible que cada año atrae a millones de amantes de la moda de todos los rincones del mundo en busca de hallazgos únicos.

La Roca Village es uno de los nueve Chic Outlet Shopping® Villages que hay en las principales capitales de moda europeas y que se han convertido en un referente de las compras inteligentes. Perderse en sus calles y plazas supone descubrir un espacio único que ofrece las colecciones de años anteriores de las firmas y diseñadores que marcan las tendencias a nivel internacional con descuentos que llegan hasta el 60% durante todo el año.

Las tendencias y los referentes de estilo son cada vez más internacionales y se generan y evolucionan de forma más rápida. No solo las estrellas y personajes públicos se erigen como iconos de estilo si no que cada vez son más los particulares que, a través de las nuevas espacios como redes sociales y blogs, son ensalzados como los nuevos iconos de estilo y su imagen imitada por miles de seguidores. La creatividad se ha convertido en un must diferenciador e imprescindible para lucir un estilismo único. Por ello, la selección de prendas y looks, cada vez es más cuidada buscando siempre aunar tendencia, calidad y precio.

Con afán de adelantarse a las tendencias y las predilecciones de los más fashionistas, la oferta de boutiques de La Roca Village se renueva constantemente para ofrecer siempre la mejor selección de firmas de moda, accesorios, belleza y decoración.

Desde los estilos más clásicos a los más transgresores,

La Roca Village permite crear y personalizar los diferentes looks según las necesidades y predilecciones de los amantes de la moda. Ya sea para la creación de un fondo de armario atemporal o bien la adaptación de las tendencias de las pasarelas más internacionales, el Village con sus más de 100 boutiques de lujo, se ha convertido en una parada imprescindible para todos aquellos que buscan ser su propio incono de estilo.

Destacan marcas tan reputadas como Adolfo Domínguez, Antonio Miró, Bimba & Lola, Calvin Klein Jeans, Comptoir des Cottonniers, Custo Barcelona, Desigual, Diesel, Escada Sport, Façonnable, Gant, Hackett, Hoss Intropia, Hugo Boss, La Perla, Lacoste, Marithé+François Girbaud, Napapijri, Replan, Sita Murt, Spazio Dolce&Gabbana, TCN, Camper, Furla, L'Occitane, Lupo, Munich, Pretty Ballerinas, Piquadro, Ray-Ban, Swarovski, Tag Heuer entre otras.

La Roca Village, como promotor de la moda de calidad y siempre en busca de la excelencia y la vanguardia respalda iniciativas como 080 Barcelona Fashion, que fomenta la creatividad y apoya a los diseñadores independientes y sus propuestas.

Más sobre La Roca Village

La Roca Village es uno destacado outlet de lujo que ofrece colecciones de temporadas anteriores de las firmas de moda y estilo de vida líderes a nivel mundial, a precios muy interesantes en atractivos emplazamientos al aire libre denominados "Village".

La Roca Village, (La Roca del Vallès, Barcelona), forma parte del grupo Value Retail, la primera empresa dedicada a crear outlets de lujo en Europa ubicados estratégicamente cerca de las capitales neurálgicas.

En la actualidad, la empresa cuenta con 900 boutiques y más de 400 firmas líderes en el sector de la moda distribuidos en 9 Villages: Londres (Bicester Village), París (La Vallée Village), Milán/Bolonia (Fidenza Village), Bruselas/Dusseldorf (Maasmechelen Village), Frankfurt (Wertheim Village), Múnich (Ingolstadt Village), Barcelona (La Roca Village), Madrid (Las Rozas Village) y Dublín (Kildare Village).

www.ChicOutletShopping.com y
www.LaRocaVillage.com



LA ROCA VILLAGE, INTERNATIONAL FASHION DESTINATION

La Roca Village is one of the nine Chic Outlet Shopping® Villages in the Value Retail group. After 12 years in operation, it is now firmly established as an international shopping destination with a unique business model that attracts a cosmopolitan set of customers from all over the world who value their favourite brands.

It's no coincidence that La Roca Village is firmly established as a reference in the fashion world. The Village's carefully selected brands and designers, together with its firm commitment to quality and sophistication has made it a shopping haven that attracts millions of fashion lovers every year in search of exclusive finds.

La Roca Village is part of the nine Chic Outlet Shopping® Villages found in Europe's main fashion capitals and regarded as the epitome of smart shopping. Wander around its streets and squares and you'll find a unique setting that plays host to international trendsetting brands and designers with discounts of up to 60% all year round on items from previous years' collections.

Trends and styles are becoming increasingly international, emerging and moving forward faster than ever before. It's not only stars and celebrities who set themselves up as style icons; the new social networks and blogs now provide a platform for more and more individuals to become trendsetters and have their look copied by thousands of fans. These days, creativity is a must for setting yourself apart from the rest and showing off your own personal style. This is why selecting garments and looks is such a careful process, always aimed at combining trend, quality and price.

In their quest to stay ahead of trends and to cater for the tastes of the most dedicated followers of fashion, La Roca Village boutiques are constantly updating their stock to offer the very best selection of the top brands in fashion, accessories, beauty and decoration.

From the most classic to the most daring styles, La Roca

Village has everything fashion-lovers could possibly need to create and personalise different looks to suit their needs and tastes. Whether you want to create a basic wardrobe for all seasons or dip into the latest international catwalk trends, the Village's more than 100 luxury boutiques have become a compulsory destination for everyone aspiring to be their own style icon.

The Village sells top leading brands such as Adolfo Dominguez, Antonio Miró, Bimba & Lola, Calvin Klein Jeans, Comptoir des Cotonniers, Custo Barcelona, Desigual, Diesel, Escada Sport, Façonnable, Gant, Hackett, Hoss Intropia, Hugo Boss, La Perla, Lacoste, Marithé+François Girbaud, Napapijri, Replan, Sita Murt, Spazio Dolce&Gabbana, TCN, Camper, Furla, L'Occitane, Lupo, Munich, Pretty Ballerinas, Piquadro, Ray-Ban, Swarovski, Tag Heuer and many others.

La Roca Village promotes quality fashion and is always in search of excellence and the very latest trends, so it is delighted to back initiatives such as 080 Barcelona Fashion, which fosters creativity and supports independent designers and their work.

More about La Roca Village

La Roca Village is a leading luxury shopping outlet stocking previous seasons' collections from fashion and lifestyle brands all over the world at great prices and in attractive open-air Village surroundings.

La Roca Village, (La Roca del Vallès, Barcelona), is part of the Value Retail group, the first company to set up luxury outlets in Europe strategically located near major capital cities. The company currently has 900 boutiques selling over 400 leading fashion sector brands spread over 9 Villages: London (Bicester Village), Paris (La Vallée Village), Milan/Bologna (Fidenza Village), Brussels/Düsseldorf (Maasmechelen Village), Frankfurt (Wertheim Village), Munich (Ingolstadt Village), Barcelona (La Roca Village), Madrid (Las Rozas Village) and Dublin (Kildare Village).

*www.ChicOutletShopping.com and
www.LaRocaVillage.com*



Nespresso, pioner i líder mundial en el mercat del cafè en càpsules de primera qualitat, torna a compartir amb els amants de la moda i el disseny l'experiència Nespresso del cafè perfecte. Un any més participa en la passarel·la 080 Barcelona Fashion, una de les cites de la moda independent més important del món.

Nespresso comparteix amb la passarel·la 080 Barcelona Fashion la seva passió pel disseny i la innovació. Per això, va convidar recentment dues grans dames del disseny francès, Andrée i Olivia Putman, a concebre una col·lecció d'accessoris exclusius per gaudir del millor cafè gourmet i realçar cadascun dels aspectes de l'experiència Nespresso, el cafè perfecte. Ritual Collection de Nespresso combina la bellesa i l'art de la degustació, l'elegància del disseny interior i exterior i és el fruit d'una trobada entre dos móns. La senzillesa del disseny de la col·lecció complementa el seu veritable propòsit: revelar l'essència de cada cafè ristretto, espresso o cappuccino en la tassa en la que cada un d'ells mereix ser servit, amb l'elegància i la sofisticació de Nespresso.

Així mateix, i per tancar l'any amb molt d'estil, Nespresso va portar a Barcelona la primera edició d'N-Art, un nou programa de col·laboració entre la marca i artistes internacionals d'avantguarda. Així, el 16 de desembre passat, el dissenyador de moda hindú Manish Arora va presentar a la segona Boutique Nespresso més gran del món (Passeig de Gràcia 55, de Barcelona), un fabulós conte de fades inspirat en les 16 varietats de cafès Grands Crus de Nespresso. Va comptar amb la presència de la model Nieves Álvarez que va desfilar com a princesa Volluto, entre d'altres models reconegudes com Malena Costa, Davinia Pelegri o Manish Arora en una desfilada d'alta costura. Aquestes bel·leses i Nespresso van enlluernar més de 300 convidats.

Tant N-Art com Ritual Collection transmeten l'essència dels valors de la marca Nespresso i el que aquesta representa per als més de vuit milions d'amants del cafè que l'escullen cada dia: experiència en cafè de la qualitat més alta, innovació continuada, disseny innovador i un servei inigualable.

Nespresso, pionero y líder mundial del mercado del café en cápsulas de primera calidad, vuelve a compartir con los amantes de la moda y el diseño la experiencia Nespresso del café perfecto, y participa un año más en la pasarela 080 Barcelona Fashion, una de las citas de moda independiente más importantes del mundo.

Nespresso comparte con la pasarela 080 Barcelona Fashion su pasión por el diseño y la innovación. Por eso, invitó recientemente a dos grandes damas del diseño francés, Andrée y Olivia Putman, a concebir una colección de accesorios exclusivos para disfrutar del mejor café gourmet y realzar cada uno de los aspectos de la experiencia Nespresso del café perfecto. Al combinar la belleza y el arte de la degustación, la elegancia del diseño interior y exterior, Ritual Collection de Nespresso es el fruto de un encuentro entre dos mundos. La sencillez del diseño de la colección complementa su verdadero propósito: revelar la esencia de cada café ristretto, espresso o cappuccino en la taza en la que cada uno de ellos merece ser servido, con la elegancia y sofisticación de Nespresso.

Asimismo, y para cerrar el año con mucho estilo, Nespresso trajo a Barcelona la primera edición de N-Art, un nuevo programa de colaboración entre la marca y artistas internacionales de vanguardia. Así, el pasado 16 de diciembre, el diseñador de moda hindú Manish Arora presentó en la segunda Boutique Nespresso más grande del mundo (Paseo de Gracia, 55 de Barcelona) un fabuloso cuento de hadas inspirado en las 16 variedades de café Grand Cru de Nespresso. A través de un desfile de alta costura que contó con la modelo Nieves Álvarez como la Princesa Volluto, entre otras modelos reconocidas tales como Malena Costa o Davinia Pelegri, Manish Arora y Nespresso deslumbraron a más de 300 invitados.

Tanto N-Art como Ritual Collection transmiten la esencia de los valores de la marca Nespresso y lo que ella representa para los más de ocho millones de amantes del café que la eligen cada día: experiencia en café de la más alta calidad, innovación continua, diseño innovador y un servicio inigualable.



Nespresso, the pioneer and world leader in the top-quality coffee capsule market, once more shares the Nespresso Perfect Coffee Experience with lovers of fashion and design by taking part in the 080 Barcelona Fashion parade, one of the most important independent fashion meetings in the world.

Nespresso shares its passion for design and innovation with the 080 Barcelona Fashion parade, and recently invited two great ladies of French design, Andrée and Olivia Putman, to conceive a collection of exclusive accessories for the best gourmet coffee which might enhance each of the aspects of the Nespresso perfect coffee experience. The Nespresso Ritual Collection combines the beauty and art of tasting, the elegance of interior and exterior design, and brings two worlds together. The simplicity of the collection's design complements its true purpose: to reveal the essence of each ristretto, espresso and cappuccino coffee in the cup in which each deserves to be served, with the elegance and sophistication of Nespresso.

Similarly, to end the year in great style, Nespresso brought the first edition of N-Art to Barcelona in a new program of cooperation between the brand and leading international artists. On the past 16 December, the Hindu fashion designer Manish Arora presented a fabulous fairytale in the second largest Nespresso Boutique in the world (Passeig de Gràcia 55, de Barcelona), drawing inspiration from the 16 Nespresso Grands Crus coffee varieties. In an haute couture parade with the model Nieves Álvarez as Princess Volluto, and other renowned models such as Malena Costa, Davinia Pelegri or Manish Arora. These beauties and Nespresso dazzled over 300 guests.

Both N-Art and Ritual Collection transmit the essence of the Nespresso values and what it represents for the more than eight million coffee lovers that choose it every day: an experience in coffee of the highest quality, continuous innovation, innovative design and unbeatable service.



ALTERNA Professional Haircare crea fórmules pioneres que estableixen l'estàndard del sector per als productes de luxe més refinats en la cura del cabell.

Actrius i actors de Hollywood com Reese Witherspoon, Sandra Bullock, Demi Moore, Jennifer Garner, Richard Gere, Jennifer Aniston, Ewan McGregor, Julia Roberts, Jennifer López, Julianne Moore, Scarlett Johansson, Hilary Duff o Kate Bosworth, models com Kate Moss o Sienna Miller, entre d'altres, consideren imprescindibles els productes ALTERNA i se'n declaren admiradors fervents. Les revistes de moda i de bellesa més importants utilitzen els productes ALTERNA per als seus reportatges i els recomanen en les seves pàgines. Un dels secrets de l'èxit d' ALTERNA resideix en la utilització d'ingredients naturals a més, els seus productes disposen de certificació orgànica o ECOCERT. Tots els productes ALTERNA utilitzen tecnologies pioneres en la cura de la pell en combinació amb plantes i principis bioactius marins per obtenir els millors resultats.

Aquest any ALTERNA, la marca de cosmètica capil·lar de luxe de les celebritats, que es va crear als Estats Units l'any 1997 amb la finalitat de cobrir una important veta de mercat, torna a oferir la seva col·laboració en la passarel·la 080 BARCELONA FASHION al costat del prestigiós perruquer Marcel.

ALTERNA Professional Haircare crea fórmulas pioneras que establecen el estándar del sector para los productos de lujo más refinados en el cuidado del cabello.

Actrices y actores de Hollywood como Reese Witherspoon, Sandra Bullock, Demi Moore, Jennifer Garner, Richard Gere, Jennifer Aniston, Ewan McGregor, Julia Roberts, Jennifer López, Julianne Moore, Scarlett Johansson, Hilary Duff, Kate Bosworth, o modelos como Kate Moss o Sienna Miller, entre otras, consideran imprescindibles los productos ALTERNA y se declaran sus fervientes admiradoras. Las revistas de moda y belleza más importantes utilizan los productos ALTERNA para sus reportajes y los recomiendan en sus páginas.

Uno de los secretos del éxito de ALTERNA reside en la utilización de ingredientes naturales además, sus productos disponen de certificación orgánica o ECOCERT. Todos los productos ALTERNA utilizan tecnologías líderes para el cuidado de la piel en combinación con plantas y principios bio-activos marinos para obtener los mejores resultados.

Este año ALTERNA, la firma de cosmética capilar de lujo de las celebrities, que se creó en Estados Unidos en el año 1997 con el fin de cubrir un importante nicho de mercado, vuelve a ofrecer su colaboración en la pasarela 080 BARCELONA FASHION junto al prestigioso peluquero Marcel.

ALTERNA Professional Haircare creates groundbreaking formulas that set the industry standard for the finest luxury hair-care products.

Hollywood actors and actresses like Reese Witherspoon, Sandra Bullock, Demi Moore, Jennifer Garner, Richard Gere, Jennifer Aniston, Ewan McGregor, Julia Roberts, Jennifer Lopez, Julianne Moore, Scarlett Johansson, Hilary Duff, Kate Bosworth, and models like Kate Moss or Sienna Miller, among others, consider ALTERNA products to be their main "must haves" and have declared themselves fervent admirers. The most important fashion and beauty magazines use ALTERNA for their reports and recommend it within their pages. One of the secrets of the success of ALTERNA is the use of natural ingredients – its products have ECOCERT organic certification–. All ALTERNA products are made using leading skin care technologies in combination with plants and bioactive marine ingredients in order to obtain the very best results.

This year, ALTERNA, the luxury hair cosmetics firm of the celebrities, created in the US in 1997, once again offers, together with the prestigious hairdresser Marcel, its collaboration on the 080 BARCELONA FASHION show.



Atrezzo és una companyia líder en disseny, producció i comercialització de productes i serveis de Visual Merchandising per a la Indústria de Retail Moda. Fundada l'any 1992, ha acompanyat els grans grups de moda internacionals en la seva expansió, ha guanyat prestigi i notorietat i una clara posició de lideratge a Europa.

Atrezzo trendsetter, incansable, observadora i atenta als canvis, és capaç de captar, entendre i crear noves propostes d'imatge i anticipar-s'hi. La seva vocació innovadora i el seu esperit dinàmic s'expressen en el seu nou concepte de marca: 'Catching the look of the world'.

A la seva fàbrica de Girona, al nord de Barcelona, 12.000 metres quadrats de recursos d'última generació permeten el desenvolupament del procés industrial, controlat internament i en la seva totalitat per la companyia.

Atrezzo es una compañía líder en diseño, producción y comercialización de productos y servicios de Visual Merchandising para la Industria de Retail Moda. Fundada en 1992, ha acompañado a los grandes grupos de moda internacionales en su expansión, ganando prestigio, notoriedad y una clara posición de liderazgo en Europa.

Atrezzo trendsetter, incansable observadora y atenta a los cambios, es capaz de captar, entender y crear nuevas propuestas de imagen, anticipándose a las tendencias. Su vocación innovadora y su espíritu dinámico se expresan en su nuevo concepto de marca: 'Catching the look of the world'.

En su fábrica de Gerona, al norte de Barcelona, 12.000 metros cuadrados de recursos de última generación permiten el desarrollo del proceso industrial, controlado internamente y en su totalidad por la compañía.

Atrezzo is a leading company in design, manufacturing and marketing of Visual Merchandising products & services for the Fashion Retail Industry. Founded in 1992, the company has accompanied the great international fashion groups in its expansion, gaining prestige and notoriety, and gaining a clear leadership position in Europe.

Atrezzo is a trendsetter, tireless observer and watchful to changes, the company is able to catch, understand and create new image proposals, anticipating market trends. Its new brand concept expresses its innovative vocation and dynamic spirit: 'Catching the look of the world'.

In its Gerona factory, north of Barcelona, 12.000 square meters of ultimate generation resources, enable the development of the industrial manufacturing process, which is internally and totally controlled by the Company.



Fundada a Toronto (Canadà) al 1984, avui M•A•C forma part de l'empresa Estée Lauder i està considerada com a una de les marques més influents i destacades de la indústria cosmètica. Creada per a 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. L'èxit de M•A•C és gràcies tant al talent artístic i professionalitat dels seus maquilladors com a les fórmules innovadores, colors i textures úniques dels seus productes.

Més enllà dels seus productes, M•A•C és una cultura que evoca la provocació i manté estil i actitud molt personals. El respecte al dret d'auto-expressió de tot el món es posa de manifest a través del seu lema: "Totes les races, tots els sexes, totes les edats".

Sempre en contacte amb el món de la moda, bellesa i cultura, M•A•C està present als backstages de les passarel·les de moda més importants del món (Nova York, París, Milà, Londres...) creant els maquillatges de cada temporada de la mà dels dissenyadors més prestigiosos, oferint un coneixement i servei excepcionals als clients de tot el món aportant el seu art allà on van.

M•A•C també està involucrada en causes socials. Així, al 1994 es va crear el "Fons M•A•C de lluita contra la sida", al que es destina el 100% de les vendes de les barres de llavis i gloss Viva Glam i les targetes de felicitació "Kids Helping Kids". Gràcies a aquesta campanya, avui en dia s'han aconseguit recaptar més de 180 milions de dòlars al voltant del món per a ajudar a homes, dones i nens afectats per la SIDA/VIH.

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. El éxito de M•A•C se debe tanto al talento artístico y profesionalidad de sus maquilladores como a las fórmulas innovadoras, colores y texturas únicas de sus productos.

Más allá de sus productos, M•A•C es una cultura que evoca la provocación y mantiene un estilo y actitud muy personales. El respeto al derecho de auto-expresión de todo el mundo se pone de manifiesto a través de su lema: "Todas las razas, todos los sexos, todas las edades".

Siempre en contacto con el mundo de la moda, belleza y cultura, M•A•C está presente en los backstages de las pasarelas de moda más importantes del mundo (Nueva York, París, Milán, Londres, etc.) al crear los maquillajes de cada temporada de la mano de los diseñadores más prestigiosos, ofreciendo un conocimiento y servicio excepcionales a clientes de todo el mundo aportando su arte allí donde van.

M•A•C 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". Gracias a esta campaña, a día de hoy se han conseguido recaudar más de 180 millones de dólares alrededor del mundo para ayudar a hombres, mujeres y niños afectados por el SIDA/VIH.

Para más información: www.maccosmetics.es



Founded in Toronto (Canada) in 1984, M•A•C is now part of the Estée Lauder company and is regarded as one of the most influential and high profile brands in the cosmetics industry. M•A•C was created specifically for professional make-up artists and went on to become the first leading professional make-up brand to be sold over the counter. M•A•C's success is due both to the artistic and professional talent of its make-up artists and to its innovative product formulas, colours and unique textures.

M•A•C is much more than its products, it is a culture that evokes suggestiveness and projects a very personal style and attitude. The company's respect for everybody's right to self-expression is illustrated by its slogan: "All ages, all races, all sexes".

M•A•C is at the forefront of fashion, beauty and culture and can be found backstage at the world's biggest fashion events (New York, Paris, Milan, London, etc.), creating the make-up looks for every season alongside the world's most famous designers, knowledge and offering exceptional service to customers around the world contributing their art wherever they go.

M•A•C is also committed to social causes. The M•A•C AIDS Fund was set up in 1994, receiving 100% of the proceeds from the sale of lipsticks and lip gloss in the Viva Glam range and from the "Kids Helping Kids" cards. Thanks to this campaign, over 180 million dollars has been raised all over the world to help men, women and children affected by AIDS and HIV.

More information: www.maccosmetics.es



Lay's Gourmet és la proposta més exclusiva de la marca Lay's. Elaborades amb tota l'experiència de Lay's, aquestes patates estan pensades per al públic més selecte. Una acurada selecció, un tall precís i un lent procés de daurat donen com a resultat aquestes excel·lents patates, ideals per fer més exquisits els moments més especials. Prova qualsevol de les seves tres varietats: Lay's Gourmet sal, Lay's Gourmet corte fino i Lay's Gourmet sabor ibérico jamón i deixa't seduir pel cruixit de la seva forma doblegada i pel seu exquisit sabor.

Lay's Gourmet es la propuesta más exclusiva de la marca Lay's. Elaboradas con toda la experiencia de Lay's, estas patatas están pensadas para el público más selecto. Una cuidada selección, un preciso corte y un lento proceso de dorado dan como resultado estas excelentes patatas, ideales para hacer más exquisitos los momentos más especiales. Prueba sus tres variedades: Lay's Gourmet sal, Lay's Gourmet corte fino y Lay's Gourmet sabor ibérico jamón y déjate seducir por el crujido de su doblada forma y su exquisito sabor.

Lay's Gourmet is the most exclusive offering of brand Lay's. These potato chips are elaborated with the utmost experience of Lay's for a very select public. A careful selection, precise cut, and slow process yield these excellent golden potato chips, ideal for making the most special moments even more special. Try whole of their range: Lay's Gourmet sal, Lay's Gourmet corte fino and Lay's Gourmet sabor ibérico jamón and allow yourself to be seduced by their crunchiness, their folded shape and their exquisite taste.

LE BOOK

LE BOOK és la referència internacional i la principal font de contactes de la indústria creativa global. LE BOOK exposa i promociona els millors talents mundials: fotògrafs, il·lustradors, directors d'art, perruquers, maquilladors, estilistes, empreses de moda, gabinets de premsa, agències de publicitat i companyies de producció.

LE BOOK us convida a participar a CONNECTIONS, una fira que se celebra a Berlín, Londres, Nova York, París i, properament, a Los Angeles, dedicat a la indústria creativa. És un lloc de trobada dissenyat per als representants dels artistes que creen imatge, així com per als creatius, publicistes, editors, comunicadors i estratègics encarregats de prendre decisions per a les millors marques d'arreu del món (www.lebook.com/connections).

És hora de contactar amb el millor de la indústria creativa internacional. Restem a la vostra disposició per a qualsevol dubte o aclariment.

LE BOOK es la referencia internacional y principal fuente de contactos de la industria creativa global. LE BOOK expone y promociona a los mejores talentos mundiales: fotógrafos, ilustradores, directores de arte, peluqueros, maquilladores, estilistas, empresas de moda, gabinets de prensa, agencias de publicidad y compañías de producción.

LE BOOK le invita a participar en CONNECTIONS, un salón dedicado a la industria creativa que se celebra en Berlín, Londres, Nueva York, París y, próximamente, en Los Angeles. Es un lugar de encuentro diseñado para los representantes de los artistas que crean imagen, así como para los creativos, publicistas, editores, comunicadores y estrategias encargados de tomar decisiones para las mejores marcas en todo el mundo (www.lebook.com/connections).

Es tiempo de contactar con lo mejor de lo mejor de la industria creativa internacional. Estamos a su disposición para cualquier duda o cuestión que le pueda surgir.

LE BOOK is the international reference and the primary source of contacts for the global creative industry. LE BOOK displays and promotes the world's best talent: photographers, illustrators, art directors, hairdressers, make-up artists, stylists, fashion companies, press offices, advertising agencies and production companies.

LEBOOK invites you to take part in CONNECTIONS, a trade show held in Berlin, London, New York, Paris and soon in Los Angeles, dedicated to the creative industry. It is a meeting place for those representing the artists who create images as well as for the artists themselves, publicists, publishers, communicators and strategists in charge of taking decisions for the world's top brands (www.lebook.com/connections).

It's time to contact the best of the best from the international creative industry. We are available to answer any questions or doubts you may have about the event.



Benvingut a Minivip's primera classe. Oblidi's de la logística, només relaxi's. Ha embarcat en una empresa que fa més de deu anys que optimitza el temps dels seus clients. Tot el que li cal és aquí. Viatge de negocis? De plaer? De negocis i plaer? Minivip's primera classe ho té tot a punt. Dediqui el seu temps a allò que és realment important. Minivip's farà la resta.

Bienvenido a Minivip's primera clase. Tome asiento y olvide la logística. Acaba de embarcar en una compañía que lleva más de diez años optimizando el tiempo de sus clientes. Todo lo que necesita está aquí. ¿Viaje de negocios?, ¿de placer?, ¿de negocios y placer?, Minivip's primera clase lo tiene todo a punto. Dedique su tiempo únicamente a lo que es importante. Minivip's hará el resto.

Welcome to Minivip's first class. Take a seat and forget about logistic.

You have just come aboard a company that has been optimizing its client's time for over 10 years. Everything you need is here. Business trip?, Pleasure?, Business and pleasure? First class Minivip's has everything ready. Spend your time on what really matters. Minivip's will do the rest.



printitgallery.com

Print it! Gallery és un servei d'art-on-demand amb una selecció d'imatges d'edició limitada acompanyades d'un certificat d'autenticitat.

Una selecció, que s'actualitza continuament i que inclou les obres de grans artistes de l'escena internacional del món del disseny, la il·lustració, la pintura, la fotografia, l'Iphone photography, l'art urbà, el grafit, l'art digital, l'infografia, les imatges algorítmiques, el lowbrow art, etc.

Print it! Gallery es un servicio de art-on-demand con una selección de imágenes de edición limitada, acompañadas de un certificado de autenticidad.

Una selección, que se actualiza continuamente y que incluye las obras de grandes artistas de la escena internacional del mundo del diseño, ilustración, pintura, fotografía, Iphone photography, arte urbano, grafiti, arte digital, infografía, imágenes algorítmicas, lowbrow art, etc.

Print it! Gallery is an art-on-demand service, which includes a selection of limited edition images with their authenticity certificates.

The updated selection includes works of important, internationally-known artists in mediums such as design, illustration, painting, photography, Iphone photography, urban art, graffiti, digital art, computer graphics, algorithmic images, lowbrow art and more.



L'empresa Hèlix, del grup empresarial Quitexco, va ser creada per satisfer les necessitats de transformar les relacions que hi ha en les micro, petites i mitjanes empreses de sectors creatius com el de la moda. En negocis en què el valor afegit prové d'aquesta transformació, la singularitat és allò que ens fa diferents.

Des del 2005, la marca Helix3c és sinònima de transformació d'empreses o organitzacions que busquen el talent individual i el de la mateixa organització a través de la creativitat, la connectivitat i, la participació de les màximes expressions del futur competitiu global. Més enllà dels seus productes, Helix3c és una cultura que evoca la provocació i la transgressió del funcionament clàssic, d'allò que està preestablert, per adquirir un segell singular d'alt valor afegit. El respecte a la diferència i a una forma original d'organitzar-se s'expressa en el seu lema "Acció per transformar".

Des del seu naixement, Helix3c ha organitzat sis edicions anuals de seminaris internacionals i tallers sobre economia del coneixement per créixer en lideratge (veure www.helix3c.com/brainoteca). Helix3c facilita a tots els emprenedors, la manera de pensar els models de negoci futurs en base al pensament no convencional, sense donar les receptes però ajudant a trobar la forma de pensar-les i buscant sempre models organitzacionals nous i de valor, per tal que els futurs empresaris puguin construir el seu propi mercat.

Un exemple clar d'aplicació és la WikiActiva que aporta solucions a les persones, organitzacions o territoris que cerquin respostes de canvi d'alt valor afegit.

Per a més informació:

www.helix3c.com

La empresa Hèlix3c, que pertenece al grupo empresarial Quitexco, fue creada para satisfacer las necesidades de transformar las relaciones que se dan en las micro, pequeñas y medianas empresas de sectores creativos como el de la moda. En negocios cuyo valor añadido proviene de dicha transformación, la singularidad es aquello que les hace diferentes.

Desde 2005 la marca Helix3c es sinónimo de transformación de empresas u organizaciones que buscan alcanzar el talento individual y el de la misma organización, a través de la creatividad, la conectividad y el compartir, expresiones máximas del futuro competitivo global. Más allá de sus productos, Helix3c es una cultura que evoca la provocación y transgresión de lo clásico, lo preestablecido, para adquirir un sello singular de alto valor añadido. El respeto

por la diferencia, por una forma de organizarse original, se expresa en su lema "Acción para transformar".

Desde su nacimiento, Helix3c ha desarrollado seis ediciones anuales de seminarios internacionales y talleres sobre economía del conocimiento para crecer en liderazgo (ver www.helix3c.com/brainoteca) y facilitar a todos los emprendedores la manera de idear los modelos de negocio futuros, en base al pensamiento no convencional, sin dar recetas, ayudando a encontrar la forma de pensarlas para que sean siempre modelos organizacionales nuevos y de valor capaces de construir su propio mercado.

Podemos encontrar ejemplos claros de aplicación de lo expuesto en nuestro "WikiActiva", que permite dar respuesta a toda persona, organización o territorio que busque respuestas de cambio de alto valor añadido.

Más información:

www.helix3c.com

The Helix3c company is part of the Quitexco business group and was created to satisfy the need to transform the relationships occurring in micro, small and medium enterprises in creative industries such as fashion, into added value businesses based on their uniqueness, on what makes them different.

Since 2005, the Helix3c brand has been synonymous with transforming companies or organisations seeking to achieve individual and organisational talent, through creativity, connectivity and sharing, the greatest expressions of a globalised competitive future. Helix3c is much more than its products, it is a culture that evokes the provocation and transgression of what is classic and pre-ordained, acquiring a unique hallmark of high added value. The respect for difference, for an original way of organising, is expressed in the company's slogan of "Action for transforming".

Since its inception, Helix3c has held six series of annual international seminars and workshops on the knowledge economy for leadership growth (see www.helix3c.com/brainoteca) providing entrepreneurs with ways to think about future business models, based on unconventional thinking, without prescriptions, helping to find a way of thinking about them to come up with new organisational models with value, capable of building their own market.

Clear examples and case studies can be found in our "WikiActiva", which enables us to respond to any person, organisation or territory seeking responses to change with high added value.

For further information:

www.helix3c.com

STEREORENT



STEREORENT, creada l'any 1985 i amb central a Barcelona, ofereix serveis integrals de comunicació audiovisual per a empreses i institucions. És actualment un referent en el sector.

La seva filosofia de treball ha estat sempre basada en aconseguir per als seus clients un mateix objectiu: "la comunicació espectacle".

STEREORENT ofereix serveis en els següents àmbits:

- Vídeo
- Projectió
- Àudio
- Telecomunicacions
- Informàtica
- Il·luminació i accessoris

STEREORENT, estructura flexible

STEREORENT és una empresa amb capacitat humana i tècnica suficient per cobrir des d'actes de petit format fins a actes multitudinaris.

STEREORENT, lideratge indiscutible

Per la qualitat dels seus equips i la professionalitat del seu personal, STEREORENT és una de les empreses líder a nivell nacional a l'hora de complementar amb imatge i so tot tipus d'esdeveniments.

STEREORENT, innovació constant

STEREORENT ofereix actualment, la gamma més àmplia de pantalles de mida gran amb la tecnologia més actual, motiu del seu indiscutible prestigi i reconeixement.

STEREORENT, creada en el año 1985 y con central en Barcelona, ofrece servicios integrales de comunicación audiovisual a empresas e instituciones, y es en la actualidad un referente en el sector.

Su filosofía de trabajo se ha basado siempre en conseguir para sus clientes el mismo objetivo: "la comunicación espectáculo".

STEREORENT ofrece servicios de:

- Vídeo
- Proyección
- Audio
- Telecomunicaciones
- Informática
- Iluminación y accesorios

STEREORENT, estructura flexible

STEREORENT es una empresa con capacidad humana y técnica suficiente para cubrir desde actos de pequeño formato hasta actos multitudinarios.

STEREORENT, liderazgo indiscutible

Por la calidad de sus equipos y la profesionalidad de su personal, STEREORENT es una de las empresas líderes a nivel nacional a la hora de complementar con imagen y sonido todo tipo de eventos.

STEREORENT, innovación constante

STEREORENT ofrece en la actualidad la más amplia gama de pantallas de gran tamaño dotadas de la tecnología más actual, motivo de su indiscutible prestigio y reconocimiento.

STEREORENT, founded in 1985 and headquartered in Barcelona, offers full service on audiovisual field to companies and institutions, being a leader at this moment.

His working philosophy has always been based on getting the same goal for its clients, "the communication becomes spectacle".

STEREORENT offers services in the following fields:

- Video
- Projection
- Audio
- Telecommunications
- Computing
- Lighting and accessories

STEREORENT, flexible structure

STEREORENT is a company with enough human and technical resources to meet from small acts to mass audience events.

STEREORENT, indisputable leader

Because of the high quality equipment and the professionalism of his staff, STEREORENT is one of the national leader companies complementing with video and audio all kind of events.

STEREORENT, continuous innovation

STEREORENT offers the biggest portfolio in big screens equipped with the highest-tech at this moment, reason of his indisputable prestige and recognition.

Mercè Juvés

ART I JOIES

Vaig acabar la meva formació acadèmica en Belles Arts el 1980, any de la meva primera exposició individual. Des d'aleshores, he compaginat la pintura amb el disseny de joies, disciplina en la qual m'he anat formant i especialitzant. Exposo les meves peces de manera permanent i exclusiva a l'Art Centre, la galeria i joieria que dirigeixo des del 2000. L'esperit de la galeria va ser, des del inici, de col·laboració i d'intercanvi entre maneres de crear i d'entendre l'art. L'espai dedicat a la joia està entre el concepte de 'botiga tradicional' i la idea d'atelier: existeix el contacte amb el creador de la peça i, per tant, la possibilitat de reformular i adaptar les joies a la persona que les ha de portar.

La creació de joies, tant pel que fa al disseny com a la feina artesanal dels seus acabats i textures, ocupa en l'actualitat la major part del meu temps. Intento que les meves peces facin referència a una de les raons per les quals la gent porta joies: embellir. L'experimentació amb materials i colors respecta, en els meus treballs, la premissa que les joies són objectes per portar i lluir i revela la relació entre elles i qui les porta. No tracto només d'adornar o maquillar el nostre aspecte, sinó que intento que les meves peces tinguin sentit per qui les porta. És una forma fàcil per tots d'accedir a la creativitat, de fer més úniques les nostres vides quotidianes. Treballo seguint temàtiques que s'estenen des de les meves obres pictòriques (la meva professió inicial és la pintura) fins al món en miniatura de les joies. Intento, així, que en cada grup de peces, en cada col·lecció, s'hi descobreixi un petit univers. Incorporo suggeriments i segueixo petites històries. L'or i la plata són els materials bàsics de les meves joies. Amb aquests materials dibuixo formes i, en ocasions, les omple de color. Algunes són traços o moviments que podrien ser els del pinzell en una tela —m'interessa l'experimentació de tècniques que permetin unir la pintura i la joia—; d'altres recorden formes orgàniques i tenen textures que imiten la perfecció dels processos naturals —esdevenen peces desgastades amb el misteri del pas del temps—. En tots aquests casos cada peça és única. En cada una de les joies pinto i intento reproduir una petita obra pictòrica.

Amb relació a la meva pintura, és millor deixar parlar els que saben d'art. El crític Arnau Puig va dir de la meva obra:

"Mercè Juvés és algú amb identitat concreta que es converteix en artista, atrevint-se a exterioritzar el que hi ha a l'interior de la persona per plasmar el seu concepte dels valors existencials. La cultura ha mostrat a Juvés que hi ha disposició de qui sent la necessitat d'expressar-se, que hi ha uns determinats colors abstractes dels que ofereix la realitat i el món concret. Qui sent l'impuls creatiu no acull la realitat, sinó el seu signe abstracte, símbol que elabora segons uns esquemes que sorgeixen en relació amb les necessitats de l'esperit, atès que cada esperit és el constructor de si mateix. Cadascú possessiona i exterioritza els seus símbols (esquemes de percepció: gestalten) en relació amb les tensions personals que poden ser de concentració geomètrica o de dispersió gestual; la història de l'art ens n'ofereix un ampli ventall".

Finalicé mi formación académica en Bellas Artes en 1980, año de mi primera exposición individual. Desde entonces he compaginado la pintura con la creación de joyas, disciplina en la que me he ido formando y especializando. Expongo mis piezas de manera permanente y exclusiva en Art Centre, la galería y joyería que dirijo desde el año 2000. El espíritu de la galería fue desde los inicios una colaboración e intercambio entre maneras de crear y entender el arte. El espacio dedicado a la joya está a caballo entre la tienda más tradicional y la idea de atelier: existe el contacto con el creador de la pieza, la posibilidad de reformular y adaptar las joyas a la persona que va a llevarlas.

La creación de joyas, tanto su diseño como el trabajo artesanal en sus acabados y texturas, ocupa en la actualidad casi todo mi tiempo. Intento que mis piezas aludan a una de las razones por las que la gente lleva joyas: embellecer. La experimentación con materiales y colores respeta en mis trabajos la premisa de que las joyas son objetos para llevar, lucir, y revelan la relación entre la joya y quien la lleva. No se trata sólo de que adornen o maquillen nuestro aspecto, intento que mis piezas tengan sentido para quien las lleva. Es una forma fácil para todos de acceder a la creatividad, de hacer más únicas nuestras vidas cotidianas. Trabajo siguiendo temáticas, razones para crear, que van desde mis obras pictóricas (mi profesión inicial es la pintura) hasta el mundo en miniatura de las joyas. Intento así

Oh!



que en cada grupo de joyas, en cada colección, se desvele un pequeño universo. Incorporo sugerencias y sigo pequeñas historias. El oro y la plata son los materiales básicos de mis joyas. Con estos materiales dibujo formas y, en ocasiones, las lleno de color. Algunas son trazos o movimientos que podrían ser los del pincel en un lienzo, me interesa la experimentación de técnicas que permiten unir la pintura y la joya, otras recuerdan formas orgánicas y tienen texturas que imitan la perfección de procesos naturales, piezas desgastadas y con el misterio del paso del tiempo. En todos estos casos, cada pieza es única. En cada una pinto e intento reproducir una pequeña obra pictórica.

Respecto a mi pintura, es mejor dejar hablar a los que saben de arte. El crítico Arnau Puig dijo de mi obra:

“Mercè Juvés es alguien con una identidad concreta que se convierte en artista –atreverse a exteriorizar lo que hay en el interior de la persona – para plasmar su concepto de los valores existenciales. La cultura ha mostrado a Juvés que para quien siente la necesidad de expresarse tiene a disposición unos determinados colores abstraídos de los que ofrece la realidad, el mundo concreto. Quien siente el impulso creativo, no acoge la realidad sino su signo abstraído, símbolo que elabora según unos esquemas que surgen en relación a las necesidades

del espíritu, dado que cada espíritu es el constructor de sí mismo. Cada uno posee y exterioriza sus símbolos (esquemas de percepción: gestalten) en relación a las tensiones personales, que pueden ser de concentración geométrica o de dispersión gestual; la historia del arte nos ofrece un amplio abanico”.

I completed my education in Beaux Arts in 1980, the year of my first solo exhibition. Since then, I have combined painting with creating jewellery, a discipline I have been studying and specialising in. My pieces are shown permanently and exclusively in Art Centre, the gallery and jeweller's shop I direct since 2000. From the outset, the spirit of the gallery is one of cooperation and sharing ways of creating and understanding art. The area devoted to jewellery is halfway between a conventional jeweller's and the idea of an atelier: There is contact with the creator of a piece, the possibility of reformulating jewels and of adapting them to the person who will wear them.

Currently, jewels take up most of my time, from design to the artisanship involved in the textures and finishing of them. My intention is for my pieces to fulfil one of the reasons for which people wear them: to embellish. By experimenting with



Hydra

materials and colours, my work obeys the premise that jewels are objects to be worn and shown, to reveal the relationship between the jewel and the wearer. Beyond adornment and cosmetic appearances, I want my pieces to have meaning for the person who wears them. It is an easy way for anyone to be creative, to make our individual lives unique. In my work, I follow themes, reasons to create, that range from my paintings (I began my artistic career as a painter) to the miniature world of jewels. I seek to reveal a tiny part of the universe in each group of jewels, in each collection. I integrate suggestions and continue little stories. Basically, my jewels are made of gold and silver. I use these materials to draw shapes and sometimes I fill them with colour. Some are lines, movements that could be made with a paintbrush on canvas. Other shapes are more organic, with textures that imitate the perfection of natural processes. I am interested in experimenting with techniques that allow me to combine painting and jewellery. Pieces with a worn look that reflect the mystery of times passed. In such cases, each piece is unique; in each one, I paint and try to reproduce a small work of art.

As for my painting, I prefer to leave that to those who know how to talk about art. Art critic Arnau Puig said of my work:

“Mercè Juvés has a marked personality that becomes artistic – she dares to express peoples’ inner worlds outwardly – to embody her idea of existential values. Culture has shown Juvés that

certain colours, when abstracted from reality, from the physical world, can be used by those who feel a need to express themselves. Those who feel the creative urge do not recreate reality but only its abstract sign, a symbol they use according to shapes that emerge from a spiritual need, insofar as each spirit constructs its own self. Each artist takes possession of his or her own symbols and expresses them outwardly (gestalten, the structuring of perception) in relation to personal tensions, which may be a geometrical concentration or dispersed gestures; the history of art offers a broad range”.

Organització

Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya

Coordinació

DEMOFashion

Producció, Direcció Artística i Casting

ESMA Proyectos

Showroom

ANNEMARIE T. Consultancy

Prensa Nacional, RRPP i Sponsoring

EQUIPO SINGULAR

Prensa Internacional

TOTEM Fashion

Esdeveniments Paral·lels

VICE

Comunicació i Disseny Gràfic

HELMUT&CO

Impressió

Gráficas Gómez BOJ

Edita

© Generalitat de Catalunya

Departament d'Empresa i Ocupació

Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya

C/Provença 339

08037 Barcelona

1a Edició

2.000 exemplars

Barcelona, gener de 2011

Dipòsit Legal



WWW.080BARCELONAFASHION.CAT

CCAM

Consorci de Comerç,
Artesania i Moda
de Catalunya



Generalitat
de Catalunya

Amb el suport de:



Ajuntament
de Barcelona