



BARCELONA
F A S H I O N

Edició Gener 2017

Del 30 de gener al 3 de febrer de 2017

Teatre Nacional de Catalunya
(Plaça de les Arts, 1)

080barcelonafashion.cat

@080_bcn_fashion · #080BcnFashion



**Generalitat
de Catalunya**



080
BARCELONA
FASHION

by



Del 30 de gener al 3 de febrer.
Teatre Nacional de Catalunya.



OiMGZN

LUXURY LIFESTYLE

www.oimgzn.com

Oi
REALTOR

www.oirealtor.com

Benvinguts a aquesta nova edició del 080 Barcelona Fashion. De nou, el govern de Catalunya impulsa la realització d'aquesta setmana de la moda, convençuts de la importància del sector tèxtil-moda i de la seva contribució en el desenvolupament del creixement del sector industrial i de les seves exportacions. Som conscients, també, que aquesta força creixent té en la seva base quelcom que a Catalunya és molt important, el disseny i la creació. Amb aquesta convicció, donem suport als que comencen i al conjunt de dissenyadors de casa nostra.

En aquesta edició, una vegada més, rebem compradors de tot el món de la mà de la missió inversa, que, conjuntament amb el Clúster Català de la Moda, es porta a terme en la seva tercera edició. Per tant, la moda és economia en majúscules i també és cultura, també en majúscules. D'aquí que ens aculli el Teatre Nacional de Catalunya. Per posar l'accent en aquesta vessant cultural, la cerimònia d'inauguració d'aquesta edició precedirà l'estrena en primícia a Espanya de l'obra produïda pel dissenyador Pierre Cardin: *Dorian Gray*. La bellesa no té pietat, de la qual també ha realitzat el vestuari. El mateix Pierre Cardin ens acompanyarà en aquesta inauguració. Espero que aquest 080 Barcelona Fashion sigui un instrument útil per al sector i que ens ajudi a fer créixer i a consolidar el sector de la moda a Catalunya. Us convido a recórrer totes les instal·lacions i a veure els diversos escenaris en els quals es porta a terme el 080. Estic convençut serà del vostre interès i profit.

Moltes gràcies a tots els participants que, amb el seu esforç i dedicació, fan que cada vegada el 080 Barcelona Fashion sigui un instrument més important per al conjunt del sector. Esperem que sigui un gran èxit per a tots.

Cordialment,

Jordi Baiget i Cantons
Conseller d'Empresa i Coneixement
Generalitat de Catalunya

Bienvenidos a esta nueva edición del 080 Barcelona Fashion. De nuevo el gobierno de Catalunya impulsa la realización de esta semana de la moda, convencidos de la importancia del sector textil-moda y de su contribución en el desarrollo del crecimiento del sector industrial y de sus exportaciones. Somos conscientes, también, que esta fuerza creciente, tiene en su base algo que en Cataluña es muy importante: el diseño y la creación. Con esta convicción damos soporte a los que empiezan y al conjunto de diseñadores de nuestro país.

En esta edición, una vez más, recibimos compradores de todo el mundo de la mano de la misión inversa que, conjuntamente con el Clúster Catalán de la Moda, se lleva a término en su tercera edición. Por lo tanto, la moda es economía en mayúsculas y también es cultura, también en mayúsculas. De ahí que nos acoja el Teatre Nacional de Catalunya. Para poner el acento en esta vertiente cultural, la ceremonia de inauguración de esta edición precederá el estreno en primicia en España de la obra producida por el diseñador Pierre Cardin: *Dorian Gray*. La belleza no tiene piedad, de la que también ha realizado el vestuario. El mismo Pierre Cardin nos acompañará en esta inauguración. Espero que este 080 Barcelona Fashion, sea un instrumento útil para el sector y nos ayude a hacer crecer y a consolidar el sector de la moda en Cataluña. Les invito a recorrer todas las instalaciones y a ver los diferentes escenarios en los que se lleva a cabo el 080. Estoy convencido que será de su interés y provecho.

Muchas gracias a todos los participantes que, con su esfuerzo y dedicación, hacen que cada vez el 080 Barcelona Fashion, sea un instrumento más importante para el conjunto del sector. Esperamos que para todos sea un gran éxito.

Cordialmente,

Jordi Baiget i Cantons
Consejero de Empresa y Conocimiento
Gobierno de Cataluña



Welcome to this new edition of 080 Barcelona Fashion. The government of Catalonia is once again the driving force behind this week long celebration of fashion, thoroughly convinced of the importance of the textile-fashion sector and aware of its vital contribution to the growth and development of both industry and exports. We are also aware that this growing force is based on something that is very important in Catalonia: design and creation. From this conviction, we are committed to supporting not only new designers, but also those already well-established here in Catalonia.

This edition, once again, thanks to the reverse trade mission now taking place for the third time, we have attracted buyers from around the world by joining forces with the Catalan Fashion Cluster. So fashion is capital E Economy, and also capital C Culture, which is the reason for the fashion week being held in the National Theater of Catalonia this edition. To emphasize the cultural aspect, the 080 opening ceremony will be preceded by the Spanish premiere of the Pierre Cardin production: *Dorian Gray*. Beauty knows no mercy, for which Cardin also designed the costumes. Pierre Cardin himself will be joining us at the inauguration. I sincerely hope that this 080 Barcelona Fashion proves itself a useful tool for the fashion industry and that it helps us to grow and further consolidate the fashion sector in Catalonia. I hereby invite you to visit all the facilities and installations and to take in all the different areas that comprise 080. I am sure they will be to your interest and benefit.

Thank you very much to all participants. Their effort and dedication make 080 Barcelona Fashion an important occasion for the whole sector. We hope it will be a great success for everyone involved.

Cordially,

Jordi Baiget i Cantons
Conseller d'Empresa i Coneixement
Government of Catalonia

Maria Carla Boscono, Soo Joo Park
y Lizzy Jagger para Redken 5th Avenue

FÓRMULA MEJORADA

EL CUIDADO DEL CABELLO AHORA TRIPLEMENTE CONCENTRADO. 3 PROTEÍNAS. 3 NIVELES DE CUIDADO. 3 DÍAS DE DURACIÓN.

Descubre nuestras nuevas fórmulas con **RCT**,
el primer complejo triple de proteínas para tratar el cabello
desde las raíces hacia el córtex y hasta las puntas.



REDKEN
5TH AVENUE NYC

080
BARCELONA
FASHION

Una nova edició i la reivindicació que la moda és cultura. El que dissenyem, com ens vestim, el que portem, tot això marca uns trets que són també trets culturals. Són ja dinou edicions i obrim en aquesta una nova línia d'actuació. La possibilitat per als participants de mostrar la col·lecció del proper hivern o de presentar la col·lecció per a l'estiu del 2017, que en poques setmanes ja serà a la venda.

Cinc dels participants han optat per plantejar les coses des d'aquesta vessant del "see now, buy now". També, i dins d'aquesta nova tendència que comença a treure el cap, el dissenyador Manuel Bolaño presenta, mitjançant una exposició, la seva nova línia anomenada "Plan B", destinada específicament al segment de venda en línia i de vendes sobre la temporada. De nou, també, l'aposta pel talent més jove i emergent, fent que 4 dissenyadors participin per primera vegada a la nostra passarel·la. Aquest és un fet que s'emmarca dins de la voluntat del 080 Barcelona Fashion de donar suport a la gent més jove i creativa, i de veure créixer, d'aquesta manera, el món creatiu en la vessant de la moda.

Menció especial cal fer al Market d'enguany, ja que, conjuntament amb dissenyadors de complements, hi trobarem la presència de dissenyadors que són a la passarel·la i que mostraran i vendran els seus productes al públic que ens visiti. Una exposició amb els guanyadors del Neo2 Photo Shoot Contest ens permetrà veure les creacions realitzades en la darrera edició. Als 4 dissenyadors emergents, els acompanyen, en aquesta edició, 17 de consolidats i 12 empreses internacionals. Això representarà un total de 33 desfilades en aquesta 19a edició.

Benvinguts, doncs, al Teatre Nacional de Catalunya, on es desenvoluparà aquesta nova edició que, una vegada més, espero que compleixi el seu objectiu de ser un promotor i un motor d'internacionalització del sector tèxtil-moda de Catalunya.

Moltes gràcies.

Miquel Rodríguez
Director del 080 Barcelona Fashion

Una nueva edición y la reivindicación de que la moda es cultura. Lo que diseñamos, como nos vestimos, lo que nos ponemos, todo esto marca unos rasgos que son también rasgos culturales. Son ya diecinueve ediciones y abrimos en ésta una nueva línea de actuación. La posibilidad para los participantes de mostrar la colección del próximo invierno o de presentar la colección para el verano del 2017, que en pocas semanas estará a la venta.

Cinco de los participantes han optado por plantear las cosas desde esta vertiente del "see now, buy now". También, y dentro de esta nueva tendencia que empieza a despuntar, el diseñador Manuel Bolaño presenta, a través de una exposición, su nueva línea llamada "Plan B" destinada específicamente al segmento de venta on line y de ventas sobre la temporada. Nuevamente, también, la apuesta por tel talento más joven y emergente, haciendo que cuatro diseñadores participen por primera vez en nuestra pasarela. Este es un hecho que se enmarca dentro de la voluntad del 080 Barcelona Fashion de dar soporte a la gente más joven y creativa, y de ver crecer de esta manera el mundo creativo en la vertiente de la moda.

Mención especial hemos de hacer al Market de esta edición, ya que, conjuntamente con diseñadores de complementos, encontraremos la presencia de diseñadores que están en la pasarela y que mostrarán y venderán sus productos al público que nos visite. Una exposición con los ganadores del Neo2 Photo Shoot Contest, nos permitirá ver las creaciones realizadas en la última edición. A los 4 diseñadores emergentes, les acompañan en esta edición, 17 consolidados y 12 empresas internacionales. Esto representará un total de 33 desfiles en esta 19ª edición.

Bienvenidos, pues, al Teatre Nacional de Catalunya, donde se desarrollará esta nueva edición que, una vez más, espero cumpla con su objetivo de ser un promotor y un motor de internacionalización del sector textil-moda de Cataluña.

Muchas gracias.

Miquel Rodríguez
Director del 080 Barcelona Fashion

A new edition and the assertion that fashion is culture. What we design, how we dress, what we carry, all these trends are undoubtedly cultural.

Five of the participants have chosen to consider the "buy now see now" modality. Also, and within this new trend starting to surface, the designer Manuel Bolaño will present, through an exhibition, his new line called "Plan B", specifically targeting the online sales platform and other season sales. A renewed commitment to emerging young design talent, this edition seeing four designers participating for the first time on our catwalk. This expresses part of the will of 080 Barcelona Fashion to support creative young people and see how the creative world expands as it refers to fashion.

A special mention must be made of the "market" this year, where together with designer accessories, we find the presence of designers who are participating on the catwalk showing and making their products available to the public who visit 080. An exhibition featuring the winners of the NEO 2 PHOTOSHOOT contest will allow us to see the creations made at the last edition. The four emerging designers will be accompanied this year by 17 established designers and 12 international companies, making a total of 33 parades this edition, No. 19.

So welcome, to the National Theatre of Catalonia, its Great Hall, lobby, gardens and theater workshops are the stages on which the action this new edition will unfold and, once again, I hope, comply with its objective of being an engine for the development and the internationalization of the textile fashion sector of Catalonia.

Many thanks.

Miquel Rodríguez
Director del 080 Barcelona Fashion



080
BARCELONA
FASHION

by



Del 30 de gener al 3 de febrer.
Teatre Nacional de Catalunya.

10 Programa ■ Program

10 Desfilades / Desfiles / Fashion shows 11 Activitats / Actividades / Activities

13 Teatre Nacional de Catalunya (TNC)

16 Barcelona Fashion Summit 2017

24 Texfor

26 Escoles de disseny ■ Escuelas de diseño ■ Design schools

37 Open Area

37 Tesines escoles de disseny de moda 41 080 TV Channel

38 NEO2 Photo Shoot Exhibition 42 Manuel Bolaño Exhibition

45 Pierre Cardin: "Dorian Gray, La bellezza non ha pietà"

46 080 Fashion Market (Pop-up stores)

58 Dissenyadors ■ Diseñadores ■ Designers

58	Anel Yaos	65	Justicia Ruano	72	Oscarleon
59	Aubergin	66	Krizia Robustella	73	Pablo Erroz
60	Blame Label	67	Lebor Gabala	74	Pilar del Campo
61	Brain&Beast	68	Little Creative Factory	75	Txell Miras
62	Custo Barcelona	69	Loa by Lúdia Aguilera	76	Ze Garcia
63	Daniel Rosa	70	Miquel Suay		
64	Josep Abril	71	Miriam Ponsa		

78 Marques ■ Marcas ■ Brands

78	Aldomartins	83	Escorpion Studio	88	Torras
79	Antonio Miro	84	Lola Casademunt	89	VM la Sibèria
80	Boboli	85	Naulover	90	Wom&Now
81	CND By Cóndor	86	Punto Blanco	91	Yerse
82	ES Collection	87	TCN		

92 080 Barcelona Fashion Showroom: Modacc

Programa ■ Program

30 / 01 / 2017

12h	Boboli (SS17)	19h	TCN
14h	CND by Cóndor	20h	Inauguració 19 ^a edició 080 Barcelona Fashion (Dorian Gray, de Pierre Cardin) - Sala Gran
16h	Blame Label		
17:30h	Miquel Suay		

31 / 01 / 2017

11h	Loa by Lúdia Aguilera Lola Casademunt	16h	Oscarleon
12:30h	Naulover	17:30h	Josep Abril
14h	Txell Miras	19h	Miriam Ponsa
		20:30h	Custo Barcelona

01 / 02 / 2017

11h	Pilar del Campo Anel Yaos	16h	Antonio Miro
12:30h	Pablo Erroz Krizia Robustella	17:30h	VM la Sibèria
		18:30h	Oi Realtor & Oi Magazine
14h	Escorpion Studio (SS17)	19h	Ze Garcia (SS17)

02 / 02 / 2017

11h	Aubergin Daniel Rosa	16h	Yerse
12:30h	Torras	17:30h	Lebor Gabala
14h	Wom&Now	19h	Justicia Ruano
		20:30h	Brain&Beast

03 / 02 / 2017

11h	Little Creative Factory	14h	Cerimònia de cloenda (Lliurament de premis de la Generalitat de Catalunya) - Sala Tallers
12h	ES Collection		
13h	Punto Blanco		
14h	Aldomartins		

Barcelona Fashion Summit 2017

Lloc / Lugar / Place: Sala Gran

02 / 02 / 2017

8:30h – 17h

Open Area

30 - 31 / 01 / 2017	01 / 02 / 2017	02 - 03 / 02 / 2017
10:30h – 21:30h	10:30h – 20:30h	10:30h – 21:30h

080 Fashion Market (Pop-up stores)

Lloc / Lugar / Place: Open Area

30 / 01 / 2017 – 01 / 02 / 2017	02 / 02 / 2017	03 / 02 / 2017
10:30h – 20:30h	16:30h – 21h	10:30h – 16h

080 Exhibitions: NEO2 Photo Shoot i Manuel Bolaño “Plan B”

Lloc / Lugar / Place: Open Area

30 / 01 / 2017 – 02 / 02 / 2017	03 / 02 / 2017
10:30h – 20:30h	10:30h – 16h

080 Barcelona Fashion Showroom

Lloc / Lugar / Place: Altell del vestíbul del TNC

30 / 01 / 2017 – 03 / 02 / 2017



**Cálzate unas BCNBrand
“and Let’s have a shoe party”**



BCN BRAND STORE

BCNBrand Store at the neighborhood,
2 minutes walking from *Santa Maria del Mar*.
Come, visit us and let’s stroll Barcelona all
over the world.



C/ Canvis Nous, 7
08003 Barcelona
Tlf. +34 934 618 278
born@bcnbrand.com
www.bcnbrand.com

f //bcnbrand i @bcnbrand t @bcnbrand



Teatre Nacional de Catalunya (TNC)

El Teatre Nacional de Catalunya és un equipament cultural concebut com a centre de producció i d'exhibició d'espectacles que té per objecte el creixement de les arts escèniques, amb un alt nivell d'excel·lència i de qualitat artística per apropar-se a tota la ciutadania. És una institució de servei públic orientada a l'enriquiment cultural del país i un instrument útil per a la creativitat dels artistes i també per a la trobada del creador i la societat.

Així, el TNC vetlla per l'interès cultural, artístic, lingüístic i social de la seva programació, amb un compromís moral amb el conjunt de la societat catalana: el compromís d'intentar mantenir-hi un contacte viu a través de les propostes artístiques de cada temporada, i, alhora, de contribuir decisivament a una presència social i prestigiosa de la llengua catalana.

El TNC és un agent vertebrador del sector de les arts escèniques de tot el país i aposta per la recerca constant de nous públics. Així, situa una de les seves actuacions fonamentals en l'educació, conscient que les arts escèniques són una eina molt útil per a la formació i el desenvolupament cultural de les persones.

La construcció del Teatre Nacional de Catalunya a la plaça de les Glòries de Barcelona, un edifici projectat per Ricardo Bofill, va revitalitzar un barri que requeria una profunda transformació urbanística. En aquest sentit, també va contribuir de manera remarcable a equilibrar la ciutat de Barcelona quant a equipaments.

El Teatre Nacional de Catalunya va ser creat per la Conselleria de Cultura de la Generalitat de Catalunya. Es va començar a construir el 8 de novembre de 1991 sobre uns terrenys cedits per l'Ajuntament de Barcelona. Es tracta d'un complex integrat per dues estructures diferents. L'edifici principal, en forma de temple grec, acull la Sala Gran (870 localitats) i la Sala Petita (fins a 450 localitats), a banda del vestíbul principal, una zona per als artistes, oficines i tots els serveis complementaris. Té una superfície de 20.000 m2 coberta per un sostre a dues aigües que es recolza sobre 26 columnes de 12 metres d'alçada.

El segon edifici, de caràcter auxiliar, té una superfície de 5.000 m2 i acompanya la composició general. Té un aspecte alhora tradicional i modern alhora. En aquesta estructura, s'hi troben els tallers del Teatre Nacional de Catalunya, on s'ha bastit la Sala Tallers (fins a 400 localitats), una sala polivalent en què es poden produir tot tipus d'espectacles.



Teatre Nacional de Catalunya (TNC)

El Teatre Nacional de Catalunya es un equipamiento cultural concebido como centro de producción y de exhibición de espectáculos que tiene por objeto el crecimiento de las artes escénicas, con un alto nivel de excelencia y de calidad artística para acercarse a toda ciudadanía. Es una institución de servicio público orientada al enriquecimiento cultural del país y un instrumento útil para la creatividad de los artistas y también para el encuentro del creador y la sociedad.

Así, el TNC vela por el interés cultural, artístico, lingüístico y social de su programación, con un compromiso moral con el conjunto de la sociedad catalana: el compromiso de intentar mantener un contacto vivo a través de las propuestas artísticas de cada temporada y, a su vez, contribuir decisivamente a una presencia social y prestigiada de la lengua catalana.

El TNC es un agente vertebrador del sector de las artes escénicas de todo el país y apuesta por la búsqueda constante de nuevos públicos. Así, sitúa una de sus actuaciones fundamentales en la educación, consciente de que las artes escénicas son una herramienta muy útil para la formación y el desarrollo cultural de las personas.

La construcción del Teatre Nacional de Catalunya en la plaza de las Glorias de Barcelona, un edificio proyectado por Ricardo Bofill, revitalizó un barrio que requería una profunda transformación urbanística. En este sentido, también contribuyó de manera remarcable a equilibrar la ciudad de Barcelona en cuanto a equipamientos.

El Teatre Nacional de Catalunya fue creado por la Conselleria de Cultura de la Generalitat de Catalunya. Se empezó a construir el 08 de noviembre de 1991 sobre unos terrenos cedidos por el Ayuntamiento de Barcelona. Se trata de un complejo integrado por dos estructuras diferentes. El edificio principal, en forma de templo griego, acoge la Sala Gran (870 localidades) y la Sala Petita (hasta 450 localidades), además del vestíbulo principal, una zona para los artistas, oficinas y todos los servicios complementarios. Tiene una superficie de 20.000m² cubierta por un tejado a dos aguas que se apoya sobre 26 columnas de 12 metros de altura.

El segundo edificio, de carácter auxiliar, tiene una superficie de 5.000m² y acompaña la composición general. Tiene un aspecto a la vez tradicional y moderno. En esta estructura se encuentran los Talleres del Teatre Nacional de Catalunya, en los que se ha construido la Sala Tallers (hasta 400 localidades), una sala polivalente en la que se pueden producir todo tipo de espectáculos.



Teatre Nacional de Catalunya (TNC)

The National Theatre of Catalonia was conceived as a cultural center for the production and presentation of performances to a high standard of excellence and quality, with a view to promoting the growth of the performing arts in Catalonia and making the performing arts known to a wider general public. It is a public service institution focused on the country's cultural enrichment and a useful tool for the creativity of artists and also a meeting point between the creators in the performing arts and Catalan society at large.

Thus, the TNC oversees the cultural, artistic, linguistic and social interest of its programming from the perspective of a moral commitment to the whole of Catalan society: a commitment to maintaining live contact with the society through artistic proposals every season, and in turn contribute decisively to the general social use and prestige of the Catalan Language.

The TNC is a "backbone" of the performing arts sector throughout the country and is committed to the constant search for new audiences and in this regard, it considers one of its vital roles that of education, aware that the arts are a very useful tool for the education and cultural development of people.

The construction of the National Theater of Catalonia, a building designed by architect Ricardo Bofill, in Barcelona's Plaza Glories, revitalized a neighborhood that was in need of profound urban transformation. In this regard, the TNC made a notable contribution to the fair distribution of municipal installations through the city of Barcelona.

The National Theatre of Catalonia was projected by the Ministry of Culture of the Generalitat of Catalonia. Construction was begun on November 8, 1991, on land donated by the City Council. It is a complex comprised of two different structures. The main building in the form of a Greek temple, houses the Great Hall (870 seats) and the Small Hall (up to 450 seats), in addition to the main hall, there is an area for artists, offices and ancillary services. It has an area of 20,000 m² covered by a gable roof supported on twenty six 12 meter high columns.

The second, auxiliary building has an area of 5000 m² and complements the overall composition. Its esthetic is both modern and traditional at the same time. In this structure, the workshops of the National Theatre of Catalonia are situated, including the Tallers Theater with its up to 400 seats. This is a multipurpose performance hall which facilitates the production of a variety of shows of diverse character.

Barcelona Fashion Summit 2017

Lloc / Lugar / Place: Sala Gran

02 / 02 / 2017 - 8:30h a 17h

Més de 1.600 professionals assistents, gairebé un centenar de ponents nacionals i internacionals i la participació activa de les empreses líders en el negoci de la moda a Espanya i en l'àmbit global, les consultores més influents i les entitats acadèmiques més prestigioses. Aquest és el balanç de les quatre primeres edicions de la Barcelona Fashion Summit, una jornada nascuda el 2013 amb la vocació de ser centre de debat, de reflexió i de projecció d'un negoci amb una gran importància, sovint no reconeguda, en l'economia i en la societat. Celebra-da en el marc del 080 Barcelona Fashion, en la seva cinquena edició la jornada porta com a títol "Next Generation: el futur del negoci de la moda", i estrena nou emplaçament al Teatre Nacional de Catalunya (TNC), després d'esgotar l'aforament del Petit Palau del Palau de la Música Catalana. El relleu generacional, la nova generació de líders empresarials, el nou consumidor, les noves formes de management, els nous models de negoci o la innovació seran els principals focus de la Barcelona Fashion Summit 2017, que posa de nou la mirada en els reptes de futur del sector.

La Barcelona Fashion Summit compleix cinc anys com el principal punt de referència per als professionals del negoci la moda a Espanya. Després d'analitzar, el 2013, la moda a l'horitzó 2020, el poder de la marca, el 2014, la moda en l'entorn digital, el 2015, i les palanques del creixement, el 2016, la Barcelona Fashion Summit 2017 es proposa alçar la vista cap al futur de la indústria de la moda, per aprofundir en els trets, els reptes i els desafiaments de la nova generació en aquest sector. A través del coneixement d'experts del sector, així com de directius i empresaris de companyies de primera línia mundial, analitzarem les claus per a la supervivència de l'empresa familiar en un sector en què no deixen d'aparèixer noves companyies amb propostes de valor noves i models disruptius. La nova generació de consumidors, les claus de la innovació o la xarxa com a nou propulsor del negoci de la moda seran altres conductors de la jornada.



Más de 1.600 profesionales asistentes, casi un centenar de ponentes nacionales e internacionales y la participación activa de las empresas líderes en el negocio de la moda en España y en el ámbito global, las consultoras más influyentes y las entidades académicas más prestigiosas. Este es el balance de las cuatro primeras ediciones del Barcelona Fashion Summit, una jornada nacida en 2013 con la vocación de ser centro de debate, reflexión y proyección de un negocio con una gran importancia, a menudo no reconocida, en la economía y en la sociedad. Celebrado en el marco del 080 Barcelona Fashion, en su quinta edición la jornada se celebra bajo el asunto "Next Generation: el futuro del negocio de la moda", y estrena nuevo emplazamiento en el Teatre Nacional de Catalunya (TNC), tras agotar el aforo del Petit Palau del Palau de la Música Catalana. El relevo generacional, la nueva generación de líderes empresariales, el nuevo consumidor, las nuevas formas de *management*, los nuevos modelos de negocio o la innovación, serán los principales focos del Barcelona Fashion Summit 2017, que pone de nuevo la vista en los retos de futuro del sector.

Barcelona Fashion Summit cumple cinco años como el principal punto de referencia para los profesionales del negocio la moda en España. Tras analizar en 2013 la moda en el horizonte 2020, el poder de la marca en 2014, la moda en el entorno digital en 2015, y las palancas del crecimiento en 2016, Barcelona Fashion Summit 2017 se propone alzar la vista hacia el futuro de la industria de la moda para profundizar en los rasgos, retos y desafíos de la nueva generación en este sector. A través del conocimiento de expertos del sector, así como de directivos y empresarios de compañías de primera línea mundial, analizaremos las claves para la supervivencia de la empresa familiar en un sector en el que no dejan de aparecer nuevas compañías con propuestas de valor novedosas y modelos disruptivos. La nueva generación de consumidores, las claves de la innovación o la Red como nuevo propulsor del negocio de la moda serán otros conductores de la jornada.



More than 1600 professionals. Nearly 100 national and international speakers and the participation of the leading companies in the fashion business in Spain and abroad. The most influential consultants and the most prestigious academic institutions. After the first four editions of the Barcelona Fashion Summit, the figures speak for themselves. The event was initiated in 2013 with the aim of providing a platform that encourages strategic thinking, debate and projections for a business sector of great importance to the economy and to society. Held within the framework of 080 Barcelona Fashion, the summit bears the title *Next Generation: the future of the fashion business* on the occasion of its 5th edition. It will occupy new premises at the National Theater of Catalonia, as the previous venue –the *Petit Palau* hall of the *Palau de la Música Catalana*– has grown too small. Generational handover, a new generation of business leaders, the new consumer, new management techniques, the latest business models and innovation will be the key topics discussed at Barcelona Fashion Summit 2017, which focuses on the future of the sector once again.

The Barcelona Fashion Summit is now in its 5th year in the run being the benchmark for professionals in the fashion sector in Spain. In the past, Barcelona Fashion Summit dealt with topics such as 'Fashion towards 2020' in 2013,

'Brand strength' in 2014, 'Fashion in the Digital Environment' in 2015 and 'Leveraging Growth' last year. In 2017, Barcelona Fashion Summit will examine the future of the fashion industry to identify the opportunities, challenges and constraints for the new generation in the market. Experts in the fashion business as well as top-notch executives and entrepreneurs representing some of the biggest fashion companies in the world will analyze the keys to survive in a sector that witnesses the constant emergence of new value propositions and disruptive business models. The new generation of consumers, keys for innovation or the Internet as a driving force for new businesses in fashion are some of the themes that will be addressed at the summit.

Manuel Pavón



Manuel Pavón és soci i responsable de consultoria d'empreses familiars a Garrigues des del 2003. Llicenciat en empresarials per la Universitat de Barcelona i màster a la Universitat Abat Oliba CEU, Pavón va ser director acadèmic del curs per a consultors d'empresa familiar a la Universitat Rei Joan Carles fins al 2015, i actualment a la Universitat CEU San Pablo.

Manuel Pavón es socio y responsable de consultoría de empresas familiares en Garrigues desde 2003. Licenciado en Empresariales por la Universidad de Barcelona y máster en la Universitat Abat Oliba CEU, Pavón fue director académico del curso para consultores de empresa familiar en la Universidad Rey Juan Carlos hasta 2015, y actualmente en la Universidad San Pablo.

Manuel Pavón has been a partner and head of a consultancy for family businesses in Garrigues since 2003. He holds a bachelor's degree in Business Administration from the University of Barcelona and a master's degree from the Abat Oliba University CEU. Pavón was the academic director of the course for family business consultants at the Universidad Rey Juan Carlos until 2015, and currently holds that position at the Universidad San Pablo.

Tristán Ramírez



Tristán Ramírez es troba al capdavant d'Agatha Ruiz de la Prada com a conseller delegat. El fill de la dissenyadora que dona nom a la marca es va incorporar a la companyia el 2015, quan la directiva va decidir emprendre el relleu generacional. Llicenciat en història, Ramírez ha treballat durant els sis últims anys per al gegant gallec Inditex.

Tristán Ramírez se encuentra al frente de Agatha Ruiz de la Prada como consejero delegado. El hijo de la diseñadora que da nombre a la marca se incorporó a la compañía en 2015, cuando la directiva decidió emprender el relevo generacional. Licenciado en historia, Ramírez ha trabajado durante los seis últimos años para el gigante gallego Inditex.

Tristán Ramírez is CEO at Agatha Ruiz de la Prada. Son of the brand founder, Ramírez joined the company in 2015, when the board decided it was time for generational handover. Graduated in history, Ramírez has previously worked for the fashion giant Inditex for six years.

Juan Suárez



Descendent d'una de les famílies històriques de la joieria del país, Juan Suárez és al capdavant de la direcció de producte de la germana petita de Joieria Suárez, Aristocrazy. Llicenciat en comunicació audiovisual, en gemmologia i MBA, el directiu ha conduït el creixement de la joieria amb l'obertura de les seves primeres botigues als Estats Units, a l'Amèrica Llatina i a Europa.

Descendiente de una de las familias históricas de la joyería del país, Juan Suárez está al frente de la dirección de producto de la hermana pequeña de Joyería Suárez, Aristocrazy. Licenciado en comunicación audiovisual, en gemología y MBA, el directivo ha conducido el crecimiento de la joyería con la apertura de sus primeras tiendas en Estados Unidos, Latinoamérica y Europa.

Descendant from one of the country's historic jewelry families, Juan Suárez is head of product at Aristocrazy, the brand belonging to Grupo Suárez. He holds a degree in Audiovisual Communication, Gemology and an MBA. He has pushed the growth of the jewelry firm with the opening of their first stores in the United States, Latin America and Europe.

Paloma Lanna



Llicenciada en dret i negocis per Esade, Paloma Lanna és al capdavant de la marca de moda Paloma Wool, fundada per ella mateixa fa gairebé tres anys. De caràcter creatiu, l'emprenedora és filla de Paloma Santaolalla i Miquel Lanna, fundadors de Nice Things. A més, el 2013, l'executiva es va incorporar a l'equip de direcció de l'empresa familiar.

Licenciada en derecho y negocios por Esade, Paloma Lanna está al frente de la marca de moda Paloma Wool, fundada por ella misma hace casi tres años. De carácter creativo, la emprendedora es hija de Paloma Santaolalla y Miguel Lanna, fundadores de Nice Things. Además, en 2013, la ejecutiva se incorporó al equipo de dirección de la empresa familiar.

A graduate in law and business from Esade, Paloma Lanna is at the forefront of the fashion brand Paloma Wool, which she founded almost three years ago. The creative entrepreneur is the daughter of Paloma Santaolalla and Miguel Lanna, founders of Nice Things. In 2013, the executive joined the management team of the family business.

Borja Zamácola



Borja Zamácola fa més de quinze anys que treballa a l'empresa familiar Neck & Neck, on és director d'innovació i noves tecnologies. Llicenciat en negocis internacionals per la Universitat de Tampa i MBA en Gestió d'Empreses de Moda per ISEM Fashion Business School, el directiu també és conseller de Neck Child, la societat a través de la qual opera Neck&Neck.

Borja Zamácola lleva más de quince años en la empresa familiar Neck&Neck, donde es director de innovación y nuevas tecnologías. Licenciado en negocios internacionales por la Universidad de Tampa y MBA en Gestión de Empresas de Moda por ISEM Fashion Business School, el directivo también es consejero de Neck Child, la sociedad a través de la que opera Neck&Neck.

Borja Zamácola has been working in the family-owned business Neck & Neck for over fifteen years, where he acts as new technologies and innovation director. Graduated in international business from the University of Tampa and holder of an MBA in fashion business management from ISEM Fashion Business School, he's also an advisor to Neck Child, the company through which Neck & Neck operates.

Beatriz González-Cristóbal



Beatriz González-Cristóbal és, des de finals del 2013, consellera del grup de joieria Tous. Fins a aquell mateix any, la directiva era vicepresidenta executiva d'Hermès, firma a la qual es va incorporar l'any 2000. Abans d'incorporar-se a la companyia francesa, la directiva, experta en empresa familiar, va ser responsable del negoci de Bulgari a Espanya i de la divisió de compres de Loewe.

Beatriz González-Cristóbal es, desde finales de 2013, consejera del grupo de joyería Tous. Hasta ese mismo año, la directiva era vicepresidenta ejecutiva de Hermès, firma a la que se incorporó en el año 2000. Antes de incorporarse a la compañía francesa, la directiva, experta en empresa familiar, fue responsable del negocio de Bulgari en España y de la división de compras de Loewe.

Since the end of 2013 Beatriz González-Cristóbal has been board member of the jewelry company Tous. Until that same year, she was executive vice-president of Hermès, a firm she joined in 2000. Before joining the French luxury company, Beatriz was in charge of Bulgari in Spain and Loewe's purchasing division.

Sergio Odriozola



Sergio Odriozola és vicepresident de producte i marxandatge de zLabels, filial de marques pròpies de la companyia alemanya de comerç electrònic Zalando. Graduat en enginyeria industrial a la Universitat de Navarra, es va incorporar al grup alemany des de Mango, on va treballar durant dotze anys. A la companyia catalana, l'executiu va ser responsable de la divisió de dona des del 2012.

Sergio Odriozola es vicepresidente de producto y merchandising de zLabels, filial de marcas propias de la compañía alemana de e-commerce Zalando. Graduado en ingeniería industrial en la Universidad de Navarra, se incorporó al grupo alemán desde Mango, donde trabajó durante doce años. En la compañía catalana, el ejecutivo fue responsable de la división de mujer desde 2012.

Sergio Odriozola is vice president product and merchandising at zLabels, a subsidiary of the German ecommerce company Zalando. With a degree in industrial engineering from the University of Navarra, he joined the German group after being at Mango, where he worked during twelve years. From 2012 to 2015, Sergio was managing director of the women's business division.

Antonio Achille



Antonio Achille és director general de l'oficina de Milà de McKinsey & Company. Líder del Departament de Consumidors i Retail, dirigeix el sector del luxe de la companyia en l'àrea de la Mediterrània. Achille compta amb una experiència de més de 15 anys com a soci i director general de la consultora internacional Boston Consulting Group, on també va liderar el sector del luxe.

Antonio Achille es director general de la oficina de Milán de McKinsey & Company. Líder del Departamento de Consumidores y Retail, dirige el sector del lujo de la compañía en el área del Mediterráneo. Achille cuenta con una experiencia de más de 15 años como socio y director general de la consultora internacional Boston Consulting Group, donde también lideró el sector del lujo.

Antonio Achille is CEO of the Milan office at McKinsey & Company. Senior leader of the consumer & retail team of the firm, he also leads Consumer and Luxury Sector for the Mediterranean area within the consulting firm. Achille has more than 15 years of experience as a partner and general manager of the international consulting firm Boston Consulting Group, where he also headed up the luxury sector.

Jaume Miquel



Jaume Miquel és conseller delegat de Grupo Cortefiel. El directiu, que ha estat al capdavant de Women'secret des del 2006, va assumir la direcció de Cortefiel i Pedro del Hierro el 2016. Format en economia per la Universitat de Barcelona, abans d'incorporar-se a Grup Cortefiel l'executiu va ocupar càrrecs de responsabilitat a Timberland, Dockers i Levi's.

Jaume Miquel es consejero delegado de Grupo Cortefiel. El directivo, que ha estado al frente de Women'secret desde 2006, asumió la dirección de Cortefiel y Pedro del Hierro en 2016. Formado en economía por la Universidad de Barcelona, antes de incorporarse a Grupo Cortefiel, el ejecutivo ocupó cargos de responsabilidad en Timberland, Dockers y Levi's.

Jaume Miquel is the CEO of Grupo Cortefiel. The executive, who has been at the helm of Women'secret since 2006, assumed the management of Cortefiel and Pedro del Hierro in 2016. With a degree in economics from the University of Barcelona, before joining Grupo Cortefiel, the executive held top management positions in Timberland, Dockers and Levi's.

Alberto Ojinaga



Alberto Ojinaga és, des del febrer del 2016, *chief corporate officer* de Desigual, companyia a la qual es va incorporar procedent de Caprabo, on va ser director general des del 2010. Anteriorment, Ojinaga va desenvolupar la seva carrera professional en empreses com Grup Planeta, on va ocupar diversos càrrecs de responsabilitat, General Motors Europe i Opel Espanya d'Automòbils.

Alberto Ojinaga es desde febrero de 2016 *chief corporate officer* de Desigual, compañía a la que se incorporó procedente de Caprabo, donde fue director general desde 2010. Anteriormente, Ojinaga desarrolló su carrera profesional en empresas como Grupo Planeta, donde ocupó diversos cargos de responsabilidad, General Motors Europe y Opel España de Automóviles.

Alberto Ojinaga is, since February 2016, chief corporate officer of Desigual, a company he joined from Caprabo, where he was CEO from 2010 to 2016. Previously, Ojinaga developed his professional career in companies such as Grupo Planeta, where he held various positions of responsibility, General Motors Europe and Opel España.

Rosa Tous



Rosa Tous és, des del 2013, la vicepresidenta corporativa i directora de relacions institucionals de Tous. Membre de la segona generació en l'empresa familiar, l'executiva va estudiar gemmologia a l'Institut Gemmològic d'Amèrica, formació que més tard va complementar a l'escola de negocis Iese Business School.

Rosa Tous es desde 2013 la vicepresidenta corporativa y directora de relaciones institucionales de Tous. Miembro de la segunda generación en la empresa familiar, la ejecutiva estudió gemología en el Instituto Gemológico de América. Formación que más tarde complementó en la escuela de negocios Iese Business School.

Rosa Tous has been the corporate vice president and director of institutional relations at Tous since 2013. Member of the second generation in the family business, the executive studied gemology at the Gemological Institute of America, an education that she later complemented at Iese Business School.

Javier Plazas



Màster en Comunicació i Protocol i en Coolhunting, Javier Plazas és gerent de marca a la companyia de calçat Vidorreta. Analista de tendències i *coolhunter*, Javier també és professor associat de l'escola IE Business School, així com un dels impulsors del Programa Superior en Direcció i Gestió Estratègica de l'Univers del Luxe.

Máster en Comunicación y Protocolo y en Coolhunting, Javier Plazas es gerente de marca en la compañía de calzado Vidorreta. Analista de tendencias y *coolhunter*, Javier también es profesor asociado de la escuela IE Business School, así como uno de los impulsores del Programa Superior en Dirección y Gestión Estratégica del Universo del Lujo.

With a master's in Communication, Protocol and Coolhunting, Javier Plazas is brand manager at the Vidorreta footwear company. A trend analyst and coolhunter, Javier is also an associate professor at IE Business School, as well as one of the promoters of the Superior Program in Management and Strategic Management of the Luxury Universe there.

Ernesto Caccavale



Ernesto Caccavale és director de desenvolupament de negoci a Espanya i Portugal d'Alibaba, un dels més grans grups del món de distribució en línia. Llicenciat en dret per la Universitat Frederic II de Nàpols, Caccavale es va incorporar a Alibaba el 2016, després de més de 25 anys de trajectòria en empreses del grup audiovisual Mediaset o al Parlament europeu.

Ernesto Caccavale es director de desarrollo de negocio en España y Portugal de Alibaba, uno de los mayores grupos del mundo en distribución online. Licenciado en derecho por la Universidad Federico II de Nápoles, Caccavale se incorporó a Alibaba en 2016 tras más de 25 años de trayectoria en empresas del grupo audiovisual Mediaset o en el Parlamento europeo.

Ernesto Caccavale is director of business development in Spain and Portugal of Alibaba, one of the largest groups in the world in online distribution. Caccavale joined Alibaba in 2016 after a 25-year career in companies within the Mediaset audiovisual group and in the European Parliament.

Francisco Pérez



Francisco Pérez és responsable d'operacions i director de desenvolupament de negoci de Hawkers, Miss Hamptons, Wolfnoir i Knockaround, sota el paraigua de Saldum Ventures. El directiu, que no havia tingut contacte previ amb el sector de la moda però sí amb el de la creació de *start ups*, va llançar el projecte de Hawkers al costat d'uns amics fa més de tres anys.

Francisco Pérez es responsable de operaciones y director de desarrollo de negocio de Hawkers, Miss Hamptons, Wolfnoir y Knockaround, bajo el paraguas de Saldum Ventures. El directivo, que no había tenido contacto previo con el sector de la moda pero sí con el de la creación de *start ups*, lanzó el proyecto de Hawkers junto a unos amigos hace más de tres años.

Francisco Perez is head of operations and director of business development for Hawkers, Miss Hamptons, Wolfnoir and Knockaround, under the umbrella of Saldum Ventures. The manager, who had no previous contact with the fashion sector but yes with the creation of start-ups, launched the Hawkers project with friends more than three years ago.

Jaime Garrastazu



Jaume Garrastazu és un dels quatre fundadors de la *start up* especialitzada en calçat Pompeii. Al costat de tres amics, va decidir llançar-se al negoci de la moda mentre encara estudiaven a la universitat i sense tenir cap d'ells cap tipus d'experiència prèvia en el sector. A dia d'avui, Pompeii té previst arribar als dos milions d'euros en vendes el 2016.

Jaime Garrastazu es uno de los cuatro fundadores de la *start up* especializada en calzado Pompeii. Junto a tres amigos, decidió lanzarse al negocio de la moda mientras aún estudiaban en la universidad y sin tener ninguno de ellos ningún tipo de experiencia previa en el sector. A día de hoy, Pompeii tiene previsto alcanzar los dos millones de euros en ventas en 2016.

Jaime Garrastazu is one of the four founders of the start-up specialized in footwear, Pompeii. Together with three friends, he decided to launch the fashion business while still studying at university, without any of them having any previous experience in the sector. To date, Pompeii plans to reach two million euros in sales in 2016.

Úrsula Ponce



Úrsula Ponce és, des del 2014, fundadora i directora general d'Ursulitas, empresa de calçat especialitzada en taló mitjà. Llicenciada en enginyeria tècnica de gestió, l'emprenedora es va decantar finalment per aixecar la seva pròpia empresa. Ponce, que no posseïa experiència prèvia en la indústria de la moda, va tenir el suport de la plataforma Lanzadera i Rosa Tous, entre d'altres.

Úrsula Ponce es, desde 2014, fundadora y directora general de Ursulitas, empresa de calzado especializada en tacón medio. Llicenciada en ingeniería técnica de gestión, la emprendedora se decantó finalmente por levantar su propia empresa. Ponce, que no poseía experiencia previa en la industria de la moda, estuvo apoyada por la plataforma Lanzadera y Rosa Tous, entre otros.

Úrsula Ponce is the founder and general manager, since 2014, of Ursulitas, a footwear company specialized in medium high heels. With a degree in Technical Management Engineering, the entrepreneur decided finally to start her own company. Ponce, who had no prior experience in the fashion industry, was supported by the Lanzadera platform and Rosa Tous, among others.

Shanel Chellaram



Shanel Chellaram és cofundadora de Zocòh, plataforma de comerç electrònic per a companyies de moda, i de Glamr, plataforma digital de contingut de bellesa i moda a l'Índia. Amb més de dotze anys d'experiència en la indústria de la moda, l'executiva ha treballat com a consultora d'estratègia i desenvolupament de negoci en regions d'Espanya, a l'Índia i a l'Àfrica.

Shanel Chellaram es cofundadora de Zocòh, plataforma de comercio electrónico para compañías de moda, y de Glamr, plataforma digital de contenido de belleza y moda en India. Con más de doce años de experiencia en la industria de la moda, la ejecutiva ha trabajado como consultora de estrategia y desarrollo de negocio en regiones de España, India y África.

Shanel Chellaram is co-founder of Zocòh, an e-commerce platform for fashion companies, and Glamr, a digital beauty and fashion content platform in India. With more than twelve years of experience in the fashion industry, the executive has worked as a consultant in strategy and business development in various regions of Spain and in India and Africa.

Javier Jiménez



Javier Jiménez és director general de Lanzadera, una plataforma que dóna suport a les petites empreses emprenedores impulsada per Juan Roig, president de Mercadona. Llicenciat en ciències econòmiques i empresarials, Jiménez posseeix una extensa experiència en l'àmbit financer, després de més de 10 anys treballant al Departament de Compres de Mercadona.

Javier Jiménez es director general de Lanzadera, una plataforma que apoya a las pequeñas empresas emprenedoras impulsada por Juan Roig, presidente de Mercadona. Licenciado en ciencias económicas y empresariales, Jiménez posee una extensa experiencia en el ámbito financiero tras más de 10 años trabajando en el departamento de compras de Mercadona.

Javier Jiménez is CEO of Lanzadera, a platform that supports small entrepreneurial companies mentored by Juan Roig, president of Mercadona. With a degree in Economics and Business Administration, Jiménez has extensive experience in the financial field after more than 10 years working in the Mercadona purchasing department.



CNDTM TM
Nails. Fashion. Beauty.

LÍDER
MUNDIAL
PROFESIONAL

CND
VINYLUX

LA MANICURA
OFICIAL DE LA

080
BARCELONA
FASHION



CND LÍDER MUNDIAL EN
FÓRMULAS SEGURAS

7FREE

VEGANO
NO TESTADO EN
ANIMALES

Creative Beauty Products S.L.
Rosselló 188 Principal,
08008 Barcelona
www.cbeauty.es

 CNDSpain  cndspain

La Confederació de la Indústria Textil –**Texfor** és una organització empresarial que representa i promou els productes i serveis de les empreses més dinàmiques del tèxtil de capçalera català i espanyol tals com filats, teixits amples i estrets, fornitures, complements i acabats tèxtils, tots pels mercats de vestuari, llar i usos tècnics i industrials.

Texfor és el perfecte punt de trobada entre les empreses de la cadena de valor del sector, ja que gràcies a les sinèrgies i complementaritats que es creen els permet ser més competitives.



La Confederación de la industria Textil – **Texfor** es una organización empresarial que representa y promueve los productos y servicios de las empresas más dinámicas del textil de cabecera catalán y español tales como hilados, tejidos anchos y estrechos, fornitureas, complementos y acabados textiles, todo ello para los mercados de vestuario, hogar y usos técnicos e industriales.

Texfor es el perfecto punto de encuentro entre las diferentes empresas de la cadena de valor del sector pues, gracias a las sinergias que se crean y las complementariedades de las mismas, les permite ser más competitivas.



*The Textile Industry Confederation – **Texfor** is the business organization that represents and promotes the services and products of the most dynamic Catalan and Spanish textile companies as yarns, fabrics, accessories and textile finishing for ready made garments, home textiles and industrial uses.*

***Texfor** is the perfect meeting point for the companies of this sector value chain, thanks to the synergies and complementarities they can be more competitive.*

C/ Sant Quirze, 30
08201 Sabadell – BCN
T. +34 937 451 917
info@texfor.es
www.texfor.es



SI $\frac{3}{4}$ DE TU COMBINADO
ES EL MIXER,
ESCOGE EL MEJOR™

CON INGREDIENTES DE
ORIGEN NATURAL



FEVER-TREE
PREMIUM NATURAL MIXERS
PREMIUM INDIAN
TONIC
WATER
MADE WITH NATURAL QUININE
NO ARTIFICIAL SWEETENERS,
NO ARTIFICIAL PRESERVATIVES
200ml e

50th Anniversary 1911-2011

Fever-Tree, la tónica más vendida y solicitada en los mejores bares del mundo. Encuesta realizada por Drinks International entre todos los locales seleccionados para elaborar The World's 50 Best Bars 2016.



**CENTRE UNIVERSITARI
DE DISSENY
DE BARCELONA**
CENTRE ADSCRIT A LA
UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL
DE CATALUNYA

Pujades, 118
08005 Barcelona
www.baued.es
T. +34 934 153 474



Bau, Centre Universitari de Disseny de Barcelona fundada l'any 1989, és un centre que imparteix estudis oficials de Grau en disseny. Adscrit a la Universitat de Vic – Universitat Central de Catalunya i situat al 22@ de Barcelona. Bau és un centre pioner a impartir estudis universitaris de Gran en disseny en les especialitats de gràfic, audiovisual, interiors i moda dins del marc de l'Espai Europeu d'Educació Superior. Bau també ofereix Masters i Posgraus en els quatre àmbits de disseny del grau, a més de màsters transversals. En moda concretament disposa de dos: Màster en Fashion Management i Posgrau en Disseny de roba interior, corseteria i bany. També Bau disposa d'un altre tipus de formació com Bau Nit Gràfic, els diferents workshops que es van programant durant l'any i l'universitat d'estiu al mes de juliol.

L'equip de Bau està format per més de 200 professionals: doctors, investigadors, llicenciats i professionals especialitzats provinents de diferents àmbits. La infraestructura compta amb dos edificis amb un total de 8.000m2 amb diferents tipus d'aules i tallers per treballar dins les hores de formació així com al temps lliure de l'estudiant. A més, Bau compta amb un departament de recerca i transferència de coneixement treballant en 5 línies que es centren en el disseny i l'aportació d'aquest al benestar social.

Bau, Centro Universitario de Diseño de Barcelona fundada en 1989, es un centro que imparte estudios oficiales de Grado en diseño. Adscrito a la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña y que está situado en el 22 @ de Barcelona. Bau es un centro pionero en impartir estudios universitarios de Gran en diseño en las especialidades de gráfico, audiovisual, interiores y moda dentro del marco del Espacio Europeo de Educación Superior. Bau también ofrece Masters y Posgrados en los cuatro ámbitos de diseño del grado, además de másteres transversales. En moda concretamente dispone de dos: Master en Fashion Management y Posgrado en Diseño de ropa interior, corsetería y baño. Asimismo la formación de Bau también incluye Bau Nit Gráfico, diferentes workshops durante el año y la universidad de verano en julio.

El equipo de Bau está formado por más de 200 profesionales: doctores, investigadores, licenciados y profesionales especializados provenientes de diferentes ámbitos. La infraestructura cuenta con dos edificios con un total de 8.000m2 con diferente tipo de aulas y talleres para trabajar dentro de las horas de formación así como el tiempo libre del estudiante. Además, Bau cuenta con un departamento de investigación y transferencia de conocimiento trabajando en 5 líneas que se centran en el diseño y la aportación de este al bienestar social.

Bau, Design College of Barcelona founded in 1989, is a center that offers Bachelor Degree in design. Adscribed to the University of Vic - Central University of Catalonia and located in 22 @ of Barcelona. Bau is a pioneer center providing the Bachelor Degree in design studies (graphic, audiovisual, interior and fashion) in the European Higher Education Area. Bau also offers Masters and Postgraduates in the four specializations of the Bachelor, as well as cross-masters. In fashion specifically has two: Master in Fashion Management and Postgraduate in Design of underwear, corsetry and bathroom. Bau training also includes Bau Nit Chart, different workshops during the year and summer university during July.

Bau teaching staff is composed by more than 200 professionals: doctors, researchers, graduates and specialized professionals from different fields. The infrastructure has two buildings with a total of 8,000m2 with different types of classrooms and workshops to work within the hours of training as well as the student's free time. In addition, Bau has a research and knowledge transfer department working in 5 lines that focus on the design and the contribution that can do on the social welfare.

Escola de la Dona



**Diputació
Barcelona**

Sant Pere Més Baix, 7
Espai Francesca Bonnemaison
08003 Barcelona
www.diba.cat/escoladona
T. +34 934 049 107



Els ensenyaments de Moda de l'Escola de la Dona ofereixen un compendi dels coneixements pràctics i teòrics necessaris per accedir al món professional de la moda.

L'alumnat accedeix a una formació integral que li proporcionarà el domini dels processos tècnics, el desenvolupament les capacitats creatives i les reflexions necessàries per moure's en un sector on els referents socioestètics són cada vegada més canviants.

Els ensenyaments de Moda s'organitzen en sis especialitats professionals:

- De moda
- De disseny de moda
- De patronatge
- De tall i costura
- De tractament, conservació i planxa de teixits
- De complementos i tècniques de moda

Las enseñanzas de moda de la Escuela de la Dona ofrecen un compendio de los conocimientos prácticos y teóricos necesarios para acceder al mundo profesional de la moda.

El alumnado accede a una formación integral que le proporcionará el dominio de los procesos técnicos, el desarrollo de las capacidades creativas y las reflexiones necesarias para moverse en un sector en el que los referentes socioestéticos son cada vez más cambiantes.

Las enseñanzas de moda se organizan en seis especialidades profesionales:

- De moda
- De diseño de moda
- De patronaje
- De cortes i costura
- De tratamiento, conservación y planchado de tejidos
- De complementos y técnicas de moda

The Instruction in Fashion at The School of Women offers a compendium of the practical and theoretical knowledge necessary to enter into the professional world of fashion.

The alumni undergo integral training providing them with mastery of the technical processes, the development of creative faculties and the knowhow required to move comfortably in a sector in which the socio-esthetic references are undergoing ever quicker changes.

Fashion Instruction is organized into six professional specializations:

- Fashion
- Fashion design
- Patternmaking
- Cutting and sewing
- Fabric treatment conservation and ironing
- Accessory and fashion techniques

Més informació / Más información / More info on: www.diba.cat/web/escoladona/ensenyaments-de-moda



L'Escola Superior de Disseny ESDi, centre adscrit a la Universitat Ramon Llull, genera, divulga, investiga i forma en disseny des de l'any 1989. És el primer centre a impartir el Grau Oficial Universitari en Disseny a l'Estat espanyol en 6 itineraris curriculars: Moda, Audiovisuals, Gràfic, Producte, Interiors i Gestió del Disseny (Integració Multidisciplinària).

Des del curs 2015-2016, l'ESDi ofereix el **Bachelor en Smart Design**, un títol propi que té la finalitat de facilitar als estudiants de grau l'obtenció de la doble formació en Disseny i en *Smart Design*, i que els permet obtenir dos títols en els 4 anys de la carrera. El programa d'estudis simultanis prepara un dissenyador complet, que dominarà els processos creatius i metodològics propis del disseny i la preparació tecnològica específica sobre l'estudi, la gestió i l'aplicabilitat de les tecnologies en els diversos àmbits del disseny. Els estudis es desenvolupen en contacte amb el món empresarial, amb un enfocament pluridisciplinari i que fomenta la creativitat de l'alumnat. L'ESDi, com a centre universitari, també dóna la oportunitat als seus estudiants d'incorporar-se en equips de recerca i de transferència de coneixement en les diferents unitats acadèmiques.

El centre compta amb unes aules d'extensió a Barcelona, on s'imparteixen estudis de grau i màsters en el camp de l'art, de la tecnologia, de la comunicació i de la moda.

La Escuela Superior de Diseño ESDi, centro adscrito a la Universidad Ramon Llull, genera, divulga, investiga y forma en diseño desde el año 1989. Es el primer centro en impartir el Grado Oficial Universitario en Diseño en el Estado español en 6 itinerarios curriculares: Moda, Audiovisuales, Gráfico, Producto, Interiores y Gestión del Diseño (integración Multidisciplinaria).

Desde el curso 2015-2016 ESDi ofrece un **Bachelor en Smart Design**, un título propio que tiene la finalidad de facilitar a los estudiantes de Grado la obtención de la doble formación en Diseño y en *Smart Design*, permitiéndoles obtener dos títulos en los 4 años de carrera. El programa de estudios simultáneos prepara un diseñador completo, que dominará los procesos creativos y metodológicos del diseño y tendrá la preparación tecnológica específica sobre el estudio, gestión y aplicabilidad en las diferentes unidades académicas. Los estudios se desarrollan en contacto con el mundo empresarial, con un enfoque pluridisciplinar y fomentando la creatividad del alumnado. ESDi, como centro universitario, también da la oportunidad a sus estudiantes de incorporarse en equipos de investigación y transferencia de conocimiento en las diferentes unidades académicas.

El centro cuenta con aulas de extensión en Barcelona, en las que se imparten estudios de grado y masters en el campo del arte, de la tecnología, de la comunicación y de la moda.

The ESDi School of Design, center attached to the Universitat Ramon Llull, generates, disseminates, investigates and educates in design since 1989. It is the first center to impart a regulated University Degree in Design in Spain in six different curricula: Fashion, Audiovisual, Graphic, Product, Interiors and Design Management (Multidisciplinary Integration).

*Since the 2015-2016 academic year, ESDi offers a **bachelor's degree in Smart Design**, a qualification which aims to provide undergraduate students the opportunity to obtain dual training in Design and Smart Design, enabling them to obtain two degrees in a four year course. The simultaneous curriculum prepares designers to master the creative processes and methodologies of design as well as the preparation of specific studies and management strategies for the application of technology in the various fields of design. Studies are carried out in close contact with the business world, with a multidisciplinary approach that encourages the creativity of students. ESDi as a university center also gives its students the opportunity to join research and knowledge transfer teams in the different academic units.*

The center has off campus study sites in Barcelona, where undergraduate courses and master's degrees in the fields of art, technology, communications and fashion are imparted.



LCI Barcelona, Escola Superior de Disseny, és el campus de la xarxa LCI Education a Barcelona. La seu central de la xarxa, amb 22 campus a 5 continents, és al Canadà. El nostre campus està dissenyat per comptar amb nombrosos estudiants internacionals i per a la incorporació de talent de professionals de tot el món amb experiència local i global.

L'oferta formativa abasta des de títols superiors oficials en Disseny i Moda, de la mà de Felicidad Duce, Disseny de Producte, d'Interiors i Gràfic, màsters/postgraus, cursos d'especialització i formació contínua en les mateixes disciplines.

En moda, Felicidad Duce ofereix programes cotitulats amb la Universitat de Barcelona: el Màster en Gestió i Direcció d'Empreses de Moda (cotitulat amb la Facultat d'Economia i Empresa i la participació del Clúster Tèxtil-Moda de Catalunya); i el Postgrau d'Il·lustració Creativa en Moda (cotitulat amb la Facultat de Belles Arts). En moda, també disposa de màsters propis en Màrqueting, Estilisme, Complementos i Disseny de Moda; i el Postgrau en Màrqueting & Product Management de Col·leccions Esportives & Sportswear (amb la participació d'INDESCAT) i un de Coolhunting.

LCI Barcelona, Escuela Superior de Diseño, es el campus de la red LCI Education en Barcelona. La sede central de la red, con 22 campus en 5 continentes, está en Canadá. Nuestro campus está diseñado para contar con numerosos estudiantes internacionales y para la incorporación de talento de profesionales de todo el mundo con experiencia local y global.

La oferta formativa abarca desde títulos superiores oficiales en Diseño de Moda, de la mano de Felicidad Duce, Diseño de Producto, de Interiores y Gráfico, másters/postgrados, hasta cursos de especialización y formación continua en las mismas disciplinas.

En moda, Felicidad Duce ofrece programas cotitulados con la Universidad de Barcelona: el Máster en Gestión y Dirección de Empresas de Moda (cotitulado con la Facultad de Economía y empresa y la participación del Clúster Textil-Moda de Catalunya); y el Postgrado de Ilustración Creativa en Moda (cotitulado con la facultad de Bellas Artes). En moda, también dispone de másters propios en Márketing, Estilismo, Complementos y Diseño de Moda; y el Postgrado en Márketing & Product Management de Colecciones Deportivas & Sportswear (con la participación del INDESCAT) y uno de Coolhunting.

LCI Barcelona, School of Higher Education in Design, is the campus of the LCI Education network in Barcelona. The network, which consists of 22 campuses on 5 continents, has its headquarters in Canada. Our campus is designed to cater for a high number of international students and to incorporate professional talent with both local and global experience from around the world. Studies offered range from Bachelors' degrees in Fashion design, through Felicidad Duce, Product Design, Interior and Graphic design, Masters/Postgraduate courses, specialized courses and continuing education in the aforementioned disciplines.

In Fashion, Felicidad Duce offers double degree programs with the University of Barcelona: The Masters in Fashion Business Management and Administration (Double degree with the Faculty of Economics and Business and with the participation of the Fashion Textile Cluster of Catalonia; and the postgraduate course in Creative Fashion illustration (Joint qualification with the Fine Arts Faculty). In Fashion, they also have their own masters programs in Marketing, Styling, Fashion Accessories and Fashion Design as well as postgraduate courses in Marketing & Product Management in Sport and Sportswear collections (with the participation of INDESCAT) and one in Coolhunting.



ICM, Institut Català de la Moda, forma estudiants de moda, des de fa més de 35 anys, tant de les especialitats de Disseny, de Patronatge o d'altres disciplines com Estilisme.

Situat al centre de Barcelona, la nostra formació és impartida només per professionals en actiu, i es combina la tradició artesanal amb les noves tecnologies, amb l'objectiu d'aportar al mercat laboral els millors candidats, amb capacitat i aptituds per treballar a qualsevol empresa, o ser emprenedors i treballar de manera independent.

ICM, Institut Català de la Moda, forma estudiantes de moda desde hace más de 35 años, tanto de las especialidades de Diseño, de Patronaje o de otras disciplinas como Estilismo.

Situado en el centro de Barcelona, nuestra formación está impartida por profesionales en activo, combinando la tradición artesanal con las nuevas tecnologías, con el objetivo de aportar al mercado laboral los mejores candidatos, con capacidad y aptitudes para trabajar en cualquier empresa, o bien ser emprendedores y trabajar de manera independiente.

ICM, the Catalan Institute of Fashion, has trained Fashion students for more than 35 years in the specialties of Design, Patternmaking or other disciplines like styling.

Located in the center of Barcelona, our training is imparted exclusively by professionals who are active in the sector, combining traditional artisanship with new technologies with the aim of providing the job market the best candidates, with the capacity and aptitudes needed to work in any company or to be entrepreneurs and work independently.

Apostem per una formació molt pràctica, basada en el projecte com a eix docent, perquè els alumnes s'enfrontin a la realitat de la professió. Tot això complementat amb matèries d'humanitats, comunicació i tecnologies.

L'equip de docents de l'IDEP Barcelona està format per professionals en actiu que estimen la moda.

Una altre dels grans valors de l'escola és la relació professional de les tres àrees que la integren: moda, fotografia i gràfic.



Formem professionals contemporanis, crítics i oberts, que estiguin preparats per adaptar-se als canvis de la societat. Oferim una formació especialitzada per als estudiants que es vulguin convertir en grans professionals de la moda.

El dissenyador i expert en imatge de moda és el professional que aconsegueix aportar solucions innovadores, treballant en equip amb patronistes, publicistes, productors de teixits, directors de màrqueting i de comunicació. Avui en dia, un dissenyador ha de ser un generador de tendència, i per això veiem les aules com a laboratoris d'idees que generen projectes creatius i reals.

Formamos profesionales contemporáneos, críticos y abiertos, que estén preparados para adaptarse a los cambios de la sociedad. Ofrecemos una formación especializada para los estudiantes que se quieran convertir en grandes profesionales de la moda.

El diseñador y experto en imagen de moda es el profesional que consigue aportar soluciones innovadoras trabajando en equipo con patronistas, publicistas, productores de tejidos, directores de marketing y de comunicación. Un diseñador hoy en día tiene que ser un generador de tendencia, por eso vemos las aulas como laboratorios de ideas que generan proyectos creativos y reales.

Apostamos por una formación muy práctica basada en el proyecto como eje docente, para que los alumnos se enfrenten a la realidad de la profesión. Todo ello complementado con materias de humanidades, comunicación y tecnologías.

El equipo de docentes de IDEP Barcelona está formado por profesionales en activo que aman la moda.

Otro de los grandes valores de la escuela, es la relación profesional de las tres áreas que la integran: moda, fotografía y gráfico.

We train contemporary professionals to be critical and open and to be prepared to adapt to the changes in society. We offer specialized training to students who want to become great professionals in the world of fashion.

The designer and expert in fashion image is the professional who manages to contribute innovative solutions by working side by side with patternmakers, advertising agents, fabric makers and marketing and communications managers. Nowadays a designer needs to generate trends and that is why we see our classrooms as idea laboratories that generate creative and real projects.

Our training is very practical and based on the project as teaching tool, so that students face the realities of the profession. All of this complemented by subjects in the humanities, communication and technologies.

The teaching team at IDEP Barcelona is made up of professionals who love fashion.

Another of the important values of the school is the professional relationship between the three areas that make it up: fashion, photography and graphic design.



Des de 1966 l'Istituto Europeo di Design opera en la formació de les disciplines del Disseny, la Moda, les Arts Visuals i el Management a les seves 11 sedes de Milà, Roma, Florència, Torí, Venècia, Cagliari, Como, Madrid, Barcelona, São Paulo i Rio de Janeiro.

La seu de l'IED Barcelona, situada al barri de Gràcia, s'ha consolidat des de 2002 com un dels centres de formació de referència en disseny i compta amb el reconeixement de la Generalitat de Catalunya com a Escola Superior de Disseny. La seva oferta formativa està composta pels Títols Superiors en Disseny de Producte, Interiors, Moda i Gràfic, a més dels Bachelors of Arts (Honours) atorgats per la Universitat de Westminster, els Diplomes IED, els màsters, els postgraus i els cursos de formació contínua i d'estiu. L'escola de Barcelona es diferencia pel seu caràcter multicultural i interdisciplinari i atrau cada any 1.000 alumnes de més de 100 nacionalitats diferents.

Desde 1966 el Istituto Europeo di Design opera en la formación de las disciplinas de Diseño, Moda, Artes Visuales, Comunicación y Management en sus 11 sedes de Milán, Roma, Florencia, Turín, Venecia, Cagliari, Como, Madrid, Barcelona, São Paulo y Río de Janeiro.

La sede del IED Barcelona, ubicada en el barrio de Gràcia, se ha consolidado desde 2002 como uno de los centros de formación de referencia en diseño y cuenta con el reconocimiento de la Generalitat de Catalunya como Escuela Superior de Diseño. Su oferta formativa está compuesta por los Títulos Superiores en Diseño de Producto, Interiores, Moda y Gráfico, además de los Bachelors of Arts (Honours) otorgados por la Universidad de Westminster, los Diplomas IED, los másters, los postgrados y los cursos de formación continua y de verano. La escuela de Barcelona se diferencia por su carácter multicultural e interdisciplinario y atrae cada año 1.000 alumnos de más de 100 nacionalidades diferentes.

Since 1966, Istituto Europeo di Design has been providing academic training in the disciplines of Design, Fashion, Visual Arts, Communication and Management at its centres in Milan, Rome, Florence, Turin, Venice, Cagliari, Como, Madrid, Barcelona, São Paulo and Rio de Janeiro.

The IED Barcelona campus is in the district of Gràcia. Since 2002 it became consolidated as one of the most important schools in design training and was recognised as a School of Higher Studies in Design by the regional government of Catalonia (Generalitat de Catalunya), offering Undergraduate Degrees in Product Design, Interior Design, Fashion Design and Graphic Design, in addition to university diplomas (IED Diplomas) in Management for Creative Industries, Bachelors of Arts (Honours) validated by the University of Westminster, masters and postgraduate courses, continuing study programs and summer courses, that every year draw in nearly 1,000 students from more than 100 different countries, thanks to the school's multicultural and interdisciplinary environment.



L'Escola Illa és un centre municipal d'ensenyaments d'art i disseny, de reconegut prestigi en l'àmbit de l'ensenyament públic de les arts i el disseny, que disposa d'una variada oferta educativa relacionada amb el món de les arts visuals, el disseny gràfic, el disseny de moda i la il·lustració, i adreçada a tota mena de públic: Cicles Formatius de Grau Superior d'Arts Plàstiques i Disseny en Gràfica Publicitària, en Il·lustració i en Estilisme d'Indumentària.

Els objectius de l'escola han estat i són donar un bon nivell de formació als nostres estudiants, assolir un bon arrelament a l'entorn empresarial, econòmic, social i cultural i contribuir a reforçar l'ensenyament de grau superior en l'àmbit del disseny.

El CFGS d'Arts Plàstiques i Disseny en Estilisme d'Indumentària està orientat a formar professionals amb capacitat per desenvolupar la seva activitat en l'àmbit del vestir. El cicle prepara els estudiants per dissenyar i realitzar col·leccions de moda i coordinar-ne tot el procés d'execució. I també estils per a desfilades, mitjans de difusió, àmbits de l'espectacle, publicitat...

La Escuela Illa es un centro municipal de enseñanzas de arte y diseño, de reconocido prestigio en el ámbito de la enseñanza pública de las artes y el diseño, que dispone de una variada oferta educativa relacionada con el mundo de las artes visuales, el diseño gráfico, el diseño de moda y la ilustración, y dirigida a todo tipo de público. Ciclos Formativos de Grado Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, en Ilustración y en Estilismo de Indumentaria.

Los objetivos de la escuela han sido y son dar un buen nivel de formación a nuestros estudiantes, conseguir un buen arraigo en el entorno empresarial, económico, social y cultural y contribuir a reforzar la enseñanza de grado superior en el ámbito del diseño.

El CFGS de Artes Plásticas y Diseño de Estilismo de Indumentaria está orientado a formar profesionales con capacidad para desarrollar su actividad en el ámbito del vestir. El ciclo prepara a los estudiantes para diseñar y realizar colecciones de moda y coordinar todo el proceso de ejecución. Y también estils para desfiles, medios de difusión, ámbitos del espectáculo, publicidad...

The Illa School is a widely recognized center for art and design education in the field of public education in the arts and design, which features a wide range of education related to the world of visual arts, graphic design, fashion design and illustration and caters to all kinds of audiences: vocational education and training in Plastic Arts, Advertising Illustration Design and Apparel Design.

The objectives of the school have been and are to equip our students with a good level of training, help them to establish roots in the business, economic, social and cultural environment and make a valuable contribution to strengthening occupational training qualifications in the field of design.

The technical qualification in Plastic Arts and Design in Apparel design is designed to train professionals to carry out their activities in the apparel sector. The course prepares students to design and produce fashion collections and coordinate the entire implementation process. It also prepares them in styling for fashion shows, media, areas of entertainment, advertising...



Dins de la societat del coneixement i de la informació, pensem el disseny de la indumentària molt més enllà de les aparences i del seu contingut de signes, el pensem com a habitacle que cobreix i ens protegeix, com allò que fa que l'ésser humà senti i s'emocioni, que faciliti un diàleg amb ell mateix i amb els altres, construint així noves identitats. Dissenyar peces de moda que puguin funcionar com a segona pell, que ens facin transparents o que ens determinin, si així ho volem.

Als Estudis Superiors de Moda d'ESDAP Llotja, d'oferta pública, dins del marc on s'imparteix el títol superior verificat per l'Agència de Qualitat Universitària, es treballa en competències i per estimular de manera continuada la creativitat i la innovació.

El Cicle Formatiu de Grau Superior d'Estilisme d'Indumentària forma professionals creatius, capaços de transmetre un estil, un concepte o un missatge a través del vestuari en qualsevol àmbit: fotografia, desfilades, televisió, publicitat, arts escèniques; assessorar sobre la seva imatge un client concret o crear una marca pròpia.

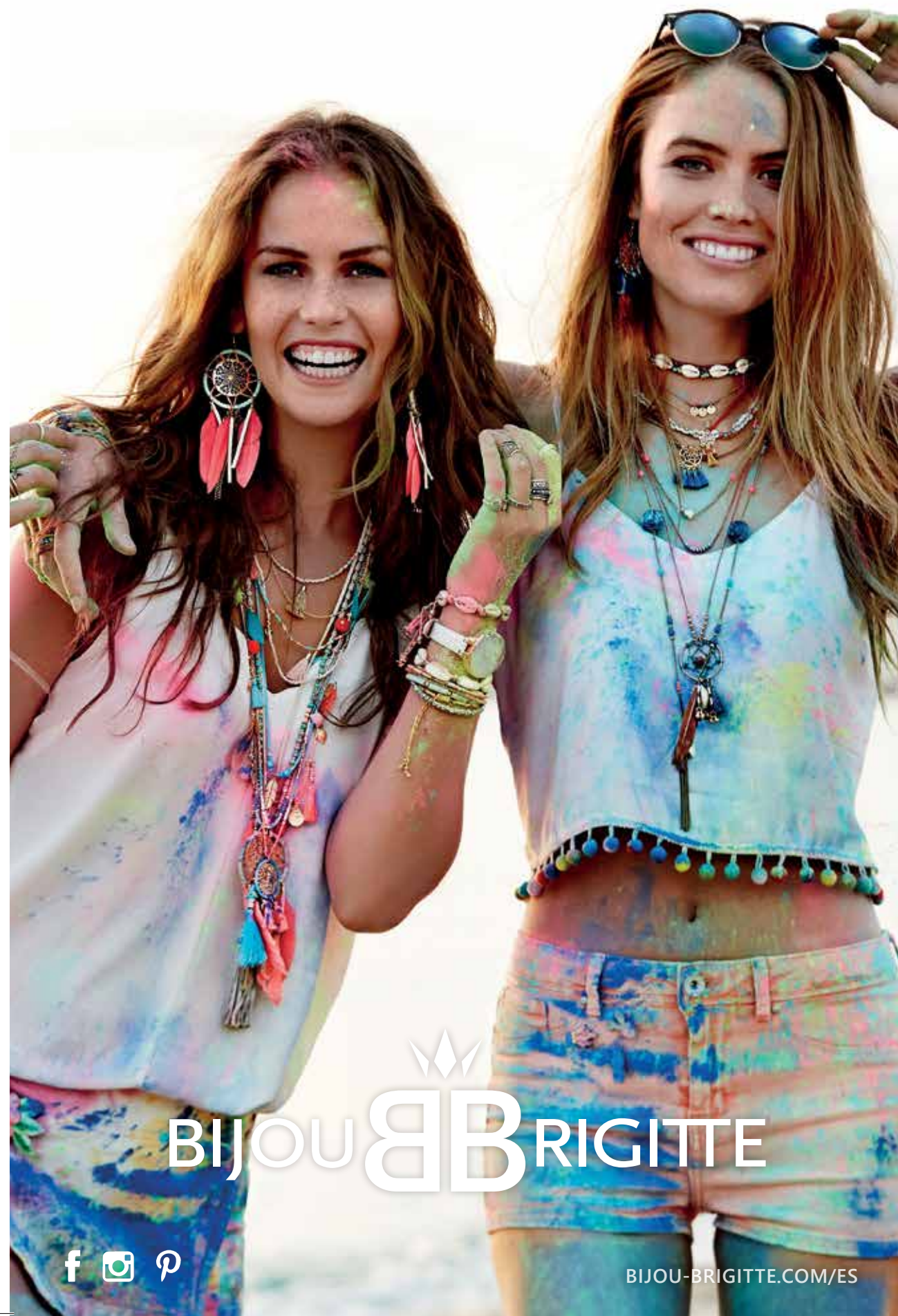
En la sociedad del diseño y de la información pensamos el diseño de la indumentaria mucho más allá de las apariencias y de su contenido de signos. Lo pensamos como un habitáculo, que cubre y nos protege, como aquello que hace que el ser humano sienta y se emocione, que facilite un diálogo consigo mismo y con los otros, construyendo así nuevas identidades. Diseñar prendas de moda que puedan funcionar como una segunda piel, que nos hagan transparentes o que nos determinen, si así lo queremos.

En los Estudios Superiores de Moda, de la ESDAP Llotja, de oferta pública, dentro del marco en el que se imparte el título superior verificado por la Agencia de Calidad Universitaria, se trabaja en competencias y para estimular de manera continuada la creatividad y la innovación.

El Ciclo Formativo de Grado Superior de Estilismo de Indumentaria forma profesionales creativos, capaces de transmitir un estilo, un concepto o un mensaje a través del vestuario en cualquier ámbito: fotografía, desfiles, televisión, publicidad, artes escénicas; asesorar sobre la imagen a un cliente concreto o crear una marca propia.

From within the knowledge and information society, our thinking about clothing design goes far beyond appearances and its signage content. We think of it as a living space, a shelter, which covers and protects us, as something that makes a human feel and moves him, something that facilitates a dialogue with himself and others, thereby building new identities. Designing fashion items that could function like a second skin, that make us transparent or determine us if that's what we want.

ES DAP Llotja's Higher Fashion studies, open to the public, within the framework of which a course resulting in a qualification similar to university degree-verified by the Agency of University Quality is imparted. Different areas of competence are focused on and special emphasis is given to creativity and innovation.



BIJOU  BRIGITTE

Gramona

— desfila —



— 150 anys —
vestint ampolles

Tesines escoles de disseny de moda

Lloc / Lugar / Place: Open Area

30 / 01 / 2017 - 03 / 02 / 2017



Nou escoles de disseny i moda de Catalunya presenten una selecció de les tesines del passat any escolar a l'Open Area de l'esdeveniment.

Nueve escuelas de diseño y moda de Cataluña presentan una selección de las tesinas del año escolar '15-'16 en el Open Area.

Nine design and fashion schools based in Catalonia present a selection of last year's thesis collections that will be exhibited in the Open Area.

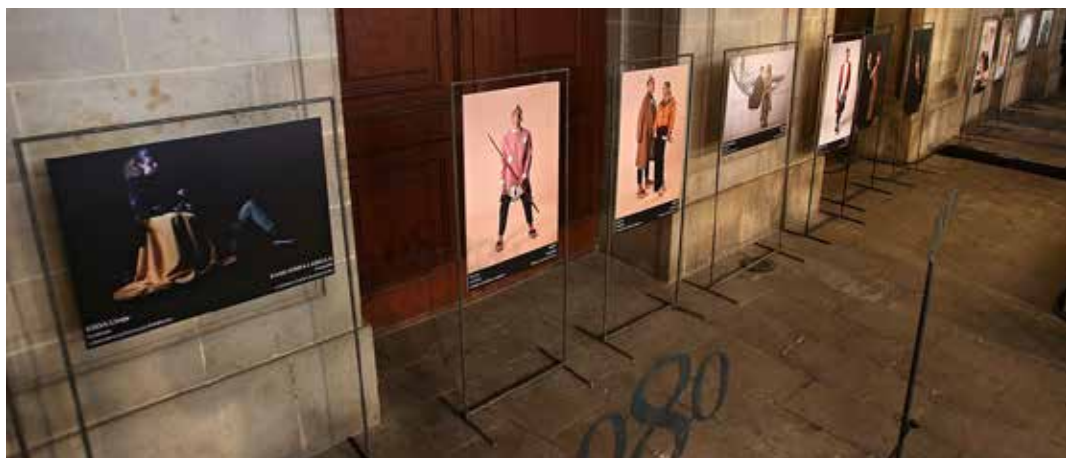
Les escoles participants són / Las escuelas participantes son / The participating schools are:

- Escola Superior de Disseny ESDi
- Escola de la Dona
- Felicidad Duce, L'Escola Superior de Disseny de Moda de LCI Barcelona
- IDEP Barcelona, Escola Superior d'Imatge i Disseny
- ICM Institut Català de la Moda
- IED Barcelona Escola Superior de Disseny
- LLOTJA Escola Superior de Disseny i Art
- BAU Centre Universitari de Disseny de Barcelona
- ILLA Escola d'Art i Disseny

NEO2 Photo Shoot Exhibition

Lloc / Lugar / Place: Open Area

30 / 01 / 2017 - 03 / 02 / 2017



Al NEO2 Photo Shoot Exhibition s'exposen els resultats del NEO2 Photo Shoot Contest de l'edició de juliol de 2016. En aquest concurs vuit equips formats per un estilista i un fotògraf, alumnes d'escoles d'estilisme i de fotografia de Barcelona, competien per realitzar el millor foto-reportatge.

Els/les models anaven vestits de sis marques que han estat presents a edicions anteriors del 080 Barcelona Fashion: Brain & Beast, Carlotaoms, Celia Vela, Krizia Robustella, Menchén Tomàs, Miquel Suay, Oscarleon, Pau Esteve, Txell Miras i Xavi Grados.

En el Photo Shoot Exhibition se exponen los resultados del NEO2 Photo Shoot Contest de la edición de julio de 2016. En este concurso ocho equipos formados por un estilista y un fotógrafo, alumnos de escuelas de estilismo y de fotografía de Barcelona, competían para realizar el mejor foto-reportaje.

Los modelos iban vestidos de seis diseñadores que han desfilado en ediciones anteriores de 080 Barcelona Fashion: Brain & Beast, Carlotaoms, Celia Vela, Krizia Robustella, Menchén Tomàs, Miquel Suay, Oscarleon, Pau Esteve, Txell Miras y Xavi Grados.

The Photo Shoot Exhibition shows the results of the NEO2 Photo Shoot Contest that took place during the 080 Barcelona fashion's July 2016 edition. In this contest eight teams formed by a stylist and a photographer, all students from Barcelona's photography and fashion schools, competed to come up with the best fashion editorial.

The models were dressed by six designers, all of which have showed their collections in previous editions of 080 Barcelona Fashion: Brain & Beast, Carlotaoms, Celia Vela, Krizia Robustella, Menchén Tomàs, Miquel Suay, Oscarleon, Pau Esteve, Txell Miras i Xavi Grados.

Les escoles que van participar en el concurs / Las escuelas que participaron en el concurso / Participating schools:

- IDEP Barcelona Escola Superior d'Imatge i Disseny,
- Felicidad Duce, l'Escola Superior de Disseny de Moda de LCI Barcelona
- Escola Superior de Disseny ESDi,
- ICM Institut Català de la Moda,
- LLOTJA Escola Superior de Disseny i Art,
- IED Barcelona Escola Superior de Disseny,
- ILLA Escola d'Art i Disseny,
- BAU Centre Universitari de Disseny de Barcelona,
- ELISAVA Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona,
- Grisart Escola Internacional de Fotografia,
- Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya (IEFC),
- Sant Ignasi Jesuïtes Sarrià Estudis Professionals,
- Escola d'Art i Superior de Disseny Serra i Abella.



QUELCOM EXTRAORDINARI CADA DIA

Més de 130 boutiques de les millor marques com Etro, Moncler, Sandro, Ted Baker, Vivienne Westwood i moltes més, amb descomptes de fins al 60% sobre el preu original.

Obrim de dilluns a diumenge.


**LA ROCA
VILLAGE**

LONDRES DUBLÍN PARÍS FRANKFORT MUNIC BRUSSEL·LES MILÀ BARCELONA MADRID SUZHOU XANGAI

© La Roca Village 2017 01/17



Little Black Dress

La història del vestit negre.



Xtra

#movistarplusestademoda

movistar+

Tria-ho tot

movistarplus.es/estademoda

080 TV Channel



El 080 Barcelona Fashion disposa d'un canal de televisió que emet de manera regular per internet, a través de la seva pàgina web (www.080barcelonafashion.cat).

Va ser inaugurat el gener de 2013 i compta amb una programació que inclou notícies, reportatges, entrevistes, comentaris i anàlisis. A més, retransmet en directe totes les desfilades de les seves dues edicions, la de primavera-estiu i la d'hivern-tardor.

D'aquesta manera, el 080 Barcelona Fashion ofereix per la xarxa abundant material audiovisual i completes interpretacions per contextualitzar i entendre les abundants novetats d'aquest univers. Un grup d'estudiants de la Facultat de Comunicació Blanquerna (Universitat Ramon Llull) dirigits per l'equip 080 s'encarreguen d'aquesta cobertura, en la qual es contemplen les múltiples facetes d'aquest entorn –la creativa, la industrial, la comercial...– i on hi tenen cabuda els diversos perfils que la fan possible: dissenyadors i altres figures del sector; empresaris, executius i patrocinadors; representants públics, models, periodistes, bloggers i un llarg etcètera, tot combinant el rigor en el tractament periodístic amb un estil fresc i actual.

El 080 Barcelona Fashion disposa de un canal de televisión que emite de manera regular por internet, a través de su página web (www.080barcelonafashion.cat).

Se inauguró en enero del 2013 y cuenta con una programación que incluye noticias, reportajes, entrevistas, comentarios y análisis. Además, retransmite en directo todos los desfiles de sus dos ediciones, la de primavera-verano y la de otoño-invierno.

De esta manera, el 080 Barcelona Fashion ofrece, a través de la red, abundante material audiovisual y completas interpretaciones, para contextualizar y entender las abundantes novedades de este universo. Un grupo de estudiantes de la Facultad de Comunicación Blanquerna (Universidad Ramón Llull) dirigido por el equipo del 080, se encargan de esta cobertura, en la que se contemplan las múltiples facetas de este entorno –la creativa, la industrial, la comercial...– y donde tienen cabida los diversos perfiles que la hacen posible: diseñadores y otras figuras del sector; empresarios, ejecutivos y patrocinadores, representantes públicos, modelos, periodistas, bloggers y un largo etcétera, todo ello combinando el rigor en el tratamiento periodístico con un estilo fresco y actual.

080 Barcelona Fashion has a television channel that broadcasts regularly on the Internet, through its website (www.080barcelonafashion.cat).

It was launched in January 2013 and has a schedule that includes news, articles, interviews, commentary and analysis. In addition, the channel broadcasts all the spring-summer and fall-winter editions' fashion shows live.

In this way, and on the Internet, 080 Barcelona Fashion offers plenty of audiovisual material and interpretations to contextualize and understand the many developments in this universe. A group of students from the Communication Department (Ramon Llull University) led by the 080 team will be responsible for this coverage, which will include the many facets of this environment, the creative, industrial, commercial, and others – and where there is room, the profiles of the people that make it all possible: designers and other industry figures, entrepreneurs, executives and sponsors, public representatives, models, journalists, bloggers and so on, combining rigorous press coverage with a fresh and modern style.

Manuel Bolaño Exhibition: "Plan B"

Lloc / Lugar / Place: Open Area

30 / 01 / 2017 - 03 / 02 / 2017

BOLANO



El "Plan B" és una línia de Bolaño que recull en un sol pla les peces mítiques de l'atelier.

Una B que simbolitza l'essència del que és bàsic, que representa la inicial de la marca, una lletra que plasma el color de la col·lecció, black. Peces amb aires artesanals fusionats amb la costura dels 50 i 60, acompanyats pel teixit d'alta qualitat, com el jacquard de cotó amb lamé, el setí de seda, llanes de caixmir i peces tricotades manualment. Teixits i tècniques amb aires del passat però units a un disseny actual, que junts formen una línia especial i sensible.

El "Plan B" es una línea de Bolaño que recoge en un solo plano las prendas míticas del atelier.

Una B que simboliza la esencia de lo básico, que representa la inicial de la marca, una letra que plasma el color de la colección, black. Prendas con aires artesanales fusionados con la costura de los 50 y 60, acompañados por el tejido de alta calidad, como el jacquard de algodón con lamé, el satén de seda, lanas de cachemir y prendas tricotadas manualmente. Tejidos y técnicas con aires del pasado pero unidos a un diseño actual, que juntos forman una línea especial y sensible.

"Plan B" is a line of Bolaño garments that brings together all the mythical garments of the atelier in one space.

The "B" symbolizes the essence of the basic. It represents the initial of the brand, a letter that reflects the color of the collection, Black. Handcrafted garments fused with a 50s and 60s dressmaking style, accompanied by high quality fabrics such as cotton lamé jacquard, silk satin, cashmere wools, hand knitted garments, fabrics and techniques with an air of the past but united in a contemporary design that together make up a very particular and sensitive line.

MAQUILLAJE DE M·A·C

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 250 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 (Canadà) 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...) creando los maquillajes de cada temporada de la mano de los diseñadores más prestigiosos, ofreciendo un conocimiento y servicio excepcionales a los 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 130 millones de dólares alrededor del mundo para ayudar a hombres, mujeres y niños afectados por el SIDA/VIH.

Para más información:
www.maccosmetics.es

M·A·C Cosmetics, founded in 1984 to support the needs of professional makeup artists, is one of the most influential and successful companies in the global cosmetics industry. For more than 20 years, M·A·C has constantly asserted its ability to fuse fashion, fun and fantasy. The cornerstones of M·A·C's success – innovation, originality and inventiveness – set it apart from any other cosmetics brand.

Today, M·A·C, which is owned by The Estée Lauder Companies, stands at the forefront of fashion, beauty and popular culture. The company's astounding ability to create innovative products and cultivate new markets has led to its extraordinary growth, worldwide.

M·A·C products are a fusion of remarkable artistry, rich colours, professional formulas and specialized craft. From lipstick and mascara to foundations and brushes, the outstanding products, social consciousness initiatives, and uniquely individualistic spirit of M·A·C continue to attract customers of all races, sexes and ages across the globe.

The professional makeup artists who work at freestanding M·A·C stores and retail partner counters, are a diverse range of M·A·C-trained men and women who with the inimitable M·A·C enthusiasm and style, deliver knowledgeable and exceptional service to customers around the world creating the "theatre" for which M·A·C stores & counters are known.

Since its inception, M·A·C – and its employees advocate for social reform and leading the battle against HIV/AIDS. The M·A·C AIDS Fund, established in 1994 and known as the "heart and soul" of M·A·C, has raised more than \$250 million for men, women and children affected by AIDS.

More information:
www.maccosmetics.es



SÚPER LUJO

Vehículos & Chóferes

Servicios premium de transporte en Barcelona

Mercedes E. | Mercedes S. | Mercedes Maybach | Monovolumen | Mercedes Sprinter | Iveco Mago II

Tel. +34 934 771 929 . mvips@mvips.net . www.mvips.net

Pierre Cardin: “Dorian Gray, La bellezza non ha pietà”

Acte d'obertura / Acto de apertura / The opening act

Lloc / Lugar / Place: Sala Gran

30 / 01 / 2017 - 20h



Per primera vegada a l'Estat espanyol, s'estrena, a l'acte d'obertura del **080 Barcelona Fashion**, l'espectacle de teatre musical **Dorian Gray, La bellezza non ha pietà**, de Daniele Martini, inspirat en la novel·la d'Oscar Wilde. El productor és el dissenyador Pierre Cardin, qui rebrà un homenatge per la seva trajectòria.

A l'obra, Dorian, amb 38 anys, mostra un físic immutable. No obstant, la seva ànima mostra marques relacionades amb històries que el protagonista reviu mentre reflexiona sobre la vida. En aproximadament una hora i mitja, les quinze àries de la partitura s'encadenen en una interpretació amb intensos plans de llum i un context escenogràfic abstracte i sòlid.

Por primera vez en el Estado español, se estrena, en el acto de apertura del **080 Barcelona Fashion**, el espectáculo de teatro musical **Dorian Gray, La bellezza non ha pietà**, de Daniele Martini, inspirado en la novela de Oscar Wilde. El productor es el diseñador Pierre Cardin, quien recibirá un homenaje por su trayectoria.

En la obra, Dorian, con 38 años, muestra un físico immutable. No obstante, su alma muestra marcas relacionadas con historias que el protagonista revive mientras reflexiona sobre la vida. En aproximadamente una hora y media, las quince arias de la partitura se suceden en una interpretación con intensos planos de luz y un contexto escenográfico abstracto y sólido.

*For the first time in Spain, during the opening act of **080 Barcelona Fashion** will debut the musical theatre show **Dorian Gray, La bellezza non ha pietà**, by Daniele Martini, inspired by the novel written by Oscar Wilde. The producer is the designer Pierre Cardin, who will receive a tribute due to his career path.*

In the performance, Dorian, who is 38 years old, shows a changeless appearance. Nevertheless, his soul has marks related to histories that the principal actor relives meanwhile he thinks about life. In about an hour and a half, the fifteen arias of the score play an interpretation with an intense lighting and an abstract and solid scenographic background.

080 Fashion Market (Pop-up stores)

Lloc / Lugar / Place: Open Area

30 / 01 / 2017 - 03 / 02 / 2017



Alèxia Grustan

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Alèxia Grustan Vidal

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman

T + 34 625 142 505

www.alexigrustan.com
alexigrustan@gmail.com



Anel Yaos

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Juan Manuel Morilla Palacios

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman

T. + 34 616 837 150

www.anelyaos.com
infoanelyaos@gmail.com

+anel yaos+



AUBERGIN

Dissenyadores / Diseñadoras / Designers:
Anna Uimonen
Nevean Holmes

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman
Prêt-à-Porter Home / Hombre / Man

T + 34 650 507 477 / 622 302 868

www.aubergin-design.com
aubergin@aubergindesign.com

a u b e r g i n

a u b e r g i n



Blame Label

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Pablo Puig

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman
Prêt-à-Porter Home / Hombre / Man

T. + 34 633 577 419

www.blamelabel.com
blamelabel@gmail.com



080 Fashion Market (Pop-up stores)



DANIEL ROSA

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Daniel Rosa

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman
Prêt-à-Porter Home / Hombre / Man

T +34 672 379 361

www.danielrosa.es
info@danielrosa.es



GEMMA LÓPEZ BARCELONA

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Gemma López

Joieria / Joyería / Jewelry

T. +34 933 182 135

www.gemmalopez.com
joan@gemmalopez.com



ES MUSS SEIN

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Gisela Serra

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman

T. +34 936 393 205

www.esmussein.com
hola@esmussein.com



Grey Sunglasses

Dissenyadors / Diseñadores / Designers:
Laura Escribano
Cristian Hurtado

Ulleres / Gafas / Glasses

T. +34 676 558 857

www.greysunglasses.com
info@greysunglasses.com



080 Fashion Market (Pop-up stores)



HÀBIT by Miquel Barberà

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Miquel Barberà

Joieria / Joyería / Jewelry

T. + 34 932 009 474

www.habitbcn.com
habit@telefonica.net

HÀBIT



INTO

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Esteve Vicens Pinto

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman
Prêt-à-Porter Home / Hombre / Man

T. + 34 643 338 491 / 620 094 088

into.cat
contacto.into@gmail.com



LTS ARTE

Dissenyador / Diseñador / Designer:
J. Lastres

Calçat / Calzado / Shoes

T. +34 609 873 588

ltsarte.com
lts@gmail.com

LTS arte



MIKIMONO

Dissenyadores / Diseñadoras / Designers:
Carmen RB
Elisabet RB

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman

T. + 34 659 022 063

www.mikimono.es
hello@hotmail.com



MIKIMONO
handmade in Barcelona

080 Fashion Market (Pop-up stores)



OC&CO

Dissenyadores / Diseñadoras / Designers:
Olga Lluch
Cristina Tarragó

Complements / Complementos / Accessories
Bosses / Bolsos / Bags

T. +34 617 771 657

www.ocandco.es
bcn@ocandco.es

OC&CO
BAGS HANDMADE IN BARCELONA



PILAR DEL CAMPO

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Pilar Del Campo

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman

T. + 34 686 570 164

www.pilardelcampo.com
pdelcampolavilla@gmail.com



OSCARLEON

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Oscar Leon

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman

www.oscarleon.com
info@oscarleon.com

OSCARLEON



PJ BARCELONA

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Paula Junyent

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman

T. + 34 678 103 448

www.pjbarcelona.com
info@pjbarcelona.com



080 Fashion Market (Pop-up stores)



ROSER MARTÍNEZ JOIERIA CREATIVA

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Roser Martínez

Joieria / Joyería / Jewelry
Complements / Complementos / Accessories

T. + 34 625 930 537

www.rosermartinez.com
info@rosermartinez.com



TARANTA

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Montse Rodríguez

Joieria / Joyería / Jewelry
Complements / Complementos / Accessories

T: +34 620 245 362

www.taranta.com
administracion@taranta.es



SOUL LADY

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Alba Pach

Complements / Complementos / Accessories

T. +34 654 554 744

Facebook i Instagram: Soul Lady
soulladybarcelona@gmail.com



UIA

Dissenyadores / Diseñadoras / Designers:
Nuria Bacardit

Joieria / Joyería / Jewelry

T: + 34 680 326 853

www.uia-barcelona.com
uia@uia-barcelona.com



080 Fashion Market
(Pop-up stores)



VSB Barcelona

Dissenyadors / Diseñadores / Designers:
Juan Cañete
Gabriel Silvestri

Joieria / Joyería / Jewelry

T. +34 639 742 226

www.vsbbarcelona.com
info@vsbarcelona.com



Xtellar

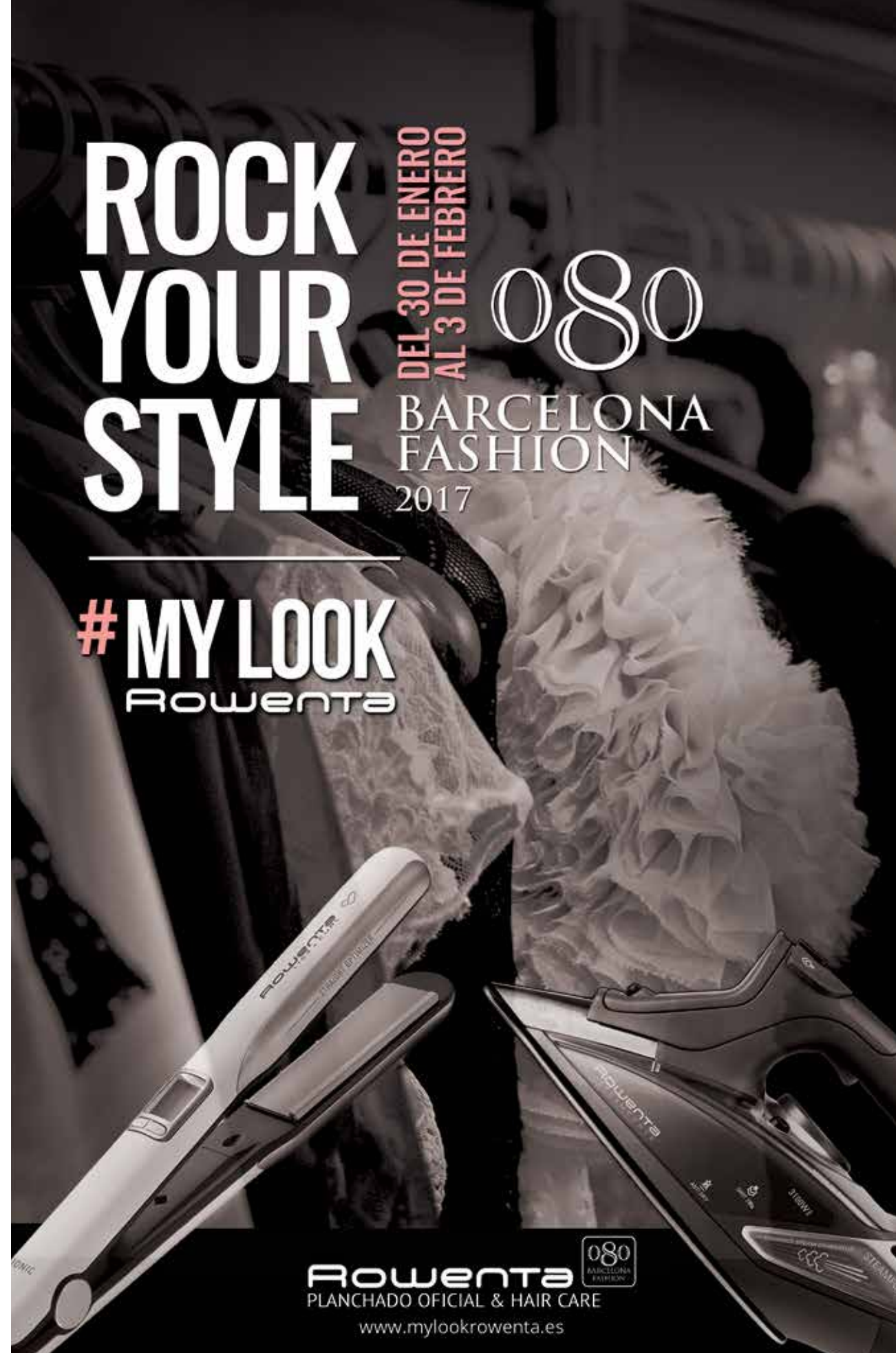
Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Marta Callen

Joieria / Joyería / Jewelry

T: + 34 650 454 303

xtellar.net
marta@xtellar.net

Xtellar



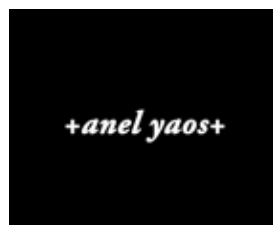
Anel Yaos

01 / 02 / 2017 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:
Juan Manuel Morilla Palacios
Marca comercial / commercial brand:
Anel Yaos

T. +34 616 837 150

www.anelyaos.com
infoanelyaos@gmail.com



ODAXELAGNIA

L'ésser humà és un animal complex. Ho és tant, que moltes vegades això es transfereix al plaer i al sexe, i ens trobem comportaments sexuals d'allò més estranys.

Això és el que denominem parafilias, i es caracteritzen perquè la font del plaer resideix en situacions, activitats o individus atípics. Pot tractar-se de situacions depravades, i fins i tot perverses.

La col·lecció pren com a font d'inspiració la parafília de l'odaxelagnia, que consisteix en que la pràctica de mossegar o ser mossegat durant la relació sexual provoca plaer. En mossegar, es poden produir diferents danys a la pell, que deixen una gamma cromàtica molt variada que veiem reflectida al llarg de tota la col·lecció.

El ser humano es un animal complejo. Tanto, que muchas veces esto se transfiere al placer y al sexo, y nos encontramos comportamientos sexuales de lo más extraños.

Esto es lo que denominamos parafilias, y se caracterizan porque la fuente del placer reside en situaciones, actividades o individuos atípicos. Pueden tratarse de situaciones depravadas e incluso perversas.

La colección toma como fuente de inspiración la parafilia Odaxelagnia, la cual consiste en que la práctica de morder o ser mordido durante la relación sexual provoca placer. Al morder se pueden producir diferentes daños en la piel, que dejan una gama cromática muy variada; y que vemos reflejada a lo largo de toda la colección.

The human being is a complex animal, and this complexity is often reflected in pleasure and sex, giving rise to strange sexual behavior.

These are known as paraphilias, and are characterized by the fact that the source of pleasure resides in atypical situations, activities or individuals. They can be depraved and even perverse.

The autumn / winter 2017/18 collection takes as its main source of inspiration the paraphilia odaxelagnia, which consists of the practice of biting or being bitten during intercourse to induce pleasure. When biting, different skin damage can occur; from bleeding wounds to lighter bruises, which leave a very varied color range, from red, purple, lilac, blue, to even green and yellow tones, tones that we can see from the formation of the wound or bruise until its subsequent healing, and that we see reflected throughout the whole collection.

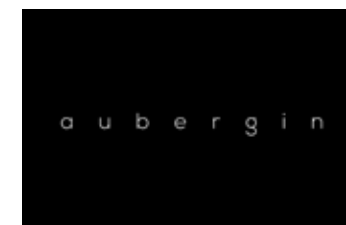
Aubergin

02 / 02 / 2017 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:
Anna Uimonen & Nevean Holmes
Marca comercial / commercial brand:
AUBERGIN

T. +34 650 507 477 / 622 302 868

www.aubergin-design.com
aubergin@aubergindesign.com



EST.

Per a la col·lecció tardor-hivern 2017, Aubergin pren com a punt de referència l'època transcendental de l'Europa de l'Est de principis del segle XX. La seva inspiració deriva de les obres del pintor Frantisek Kupka (1871-1957), que constitueixen un equilibri entre l'abstracció geomètrica i l'orgànica.

Les peces estructurades estan dissenyades principalment amb teixits de llana i de pèl sintètic que aporten un to geomètric a la col·lecció, mentre que les peces soltes destaquen pels seus estampats. Els jerséis de merino mida XL aporten un aire natural i orgànic a la col·lecció.

Para la colección otoño-invierno 2017 Aubergin toma como punto de referencia la época transcendental de Europa del Este de principios del siglo XX. Su inspiración deriva de las obras del pintor Frantisek Kupka (1871-1957), que constituyen un equilibrio entre la abstracción geométrica y la orgánica.

Las prendas estructuradas están diseñadas principalmente con tejidos de lana y pelo sintético que aportan un tono geométrico a la colección, mientras que las prendas sueltas destacan por sus estampados, y donde los jerséis de merino tamaño XL aportan un aire natural y orgánico a la colección.

For this Autumn-Winter 2017 collection, Aubergin's starting point is the momentous early twentieth century period in Eastern Europe. The main inspiration for their prints derives from the works of the painter Frantisek Kupka (1871-1957) and constitute a balance between geometric and organic abstraction.

The structured garments are created mainly from woven wool and faux fur that give a geometric feel to the collection while the loose garments stand out for their prints and XL merino wool jerseys provide a natural organic touch.

Blame Label

30 / 01 / 2017 - 16h

Dissenyador / diseñador / designer:
Pablo Puig
Marca comercial / commercial brand:
Blame Label

T. +34 633 577 419
www.blamelabel.com
blamelabel@gmail.com



PANÒPTIC

L'omnipresència subscrita al pànic, al domini i al control. La capacitat d'induir l'ésser a un estat incert i paranoic sobre la vigilància que s'està exercint sobre ell. Això és *panòptic*. Des de la torre més alta de la presó, un ull matriu ubic custòdia sense parpellejar, mentre que el suposat guardià pren el control més absolut i recargolat de la conducta dels reclusos. Imagina, per uns segons, sentir-te observat sense saber ni tan sols si és veritat...

O ja ho sents?

Blame Label reconstrueix el sistema panòptic al carrer, una interpretació contemporània del control de la nostra societat. Presoners en la nostra pròpia realitat, potser només ens queda mimetitzar-nos amb l'ambient i potser així podrem trobar una mica d'intimitat.

PANÓPTICO

La omnipresencia suscrita al pánico, al dominio y al control. La capacidad de inducir al ser a un estado incierto y paranoico sobre la vigilancia que se está ejerciendo sobre él. Eso es *panóptico*. Desde la torre más alta de la cárcel, un ubicuo ojo matriz custodía sin parpadear, mientras el supuesto guardián toma el control más absoluto y retorcido de la conducta de los reclusos. Imagínate, por unos segundos, sentirte observado sin saber siquiera si es verdad...

¿O ya lo sientes?

Blame Label reconstruye el sistema panóptico en la calle, una interpretación contemporánea del control de nuestra sociedad. Prisioneros en nuestra propia realidad, quizás sólo nos quede mimetizarnos con el ambiente y tal vez así, encontrar un poco de intimidad

PANOPTICON

Omnipresence in the service of panic, domination and control. The ability to induce in the being a state of uncertainty and paranoia about the vigilance that he is being subjected to. That is panopticon. From the highest jail tower, a ubiquitous unblinking custodial eye, while the supposed guardian takes the most absolute and twisted control of the conduct of the inmates. Imagine, for a few seconds, feeling watched without even knowing if it's true...

Or do you already feel it?

Blame Label rebuilds the panopticon system on the street, a contemporary interpretation of social control. Prisoners in our own reality, maybe we just blend into the environment and perhaps thus find a little privacy?

Brain & Beast

02 / 02 / 2017 - 20:30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Àngel Vilda
Marca comercial / commercial brand:
BRAIN & BEAST

T. +34 687 874 746 / 687 874 749
www.brainandbeast.com
info@brainandbeast.com



TRILOGY VOL. I / PLAYBACK / WINTER 2017 – 2018

/ *PLAYBACK* / es concep com un viatge hipnòptic, un conjunt de percepcions visuals intenses, auditives i tàctils, que apareixen en l'estat intermedi entre la vigília i el son, el vincle amb la realitat de les quals no està clar, però són experimentades com a reals. Es proposa gaudir d'allò inútil i absurd, sense plantejar més qüestions que el goig del caprici de fabricar allò que ens és plaent perquè sí, amb la seguretat que dóna el fet de saber que es canta sobre una pista gravada prèviament.

/ *PLAYBACK* / se concibe como un viaje hipnóptico, un conjunto de percepciones visuales intensas, auditivas y táctiles que aparecen en el estado intermedio entre la vigilia y el sueño, cuyo vínculo con la realidad no está claro pero son experimentadas como reales. Se propone disfrutar de lo inútil y absurdo, sin plantear más cuestión que el goce del capricho de fabricar aquello que nos es placentero porque sí, con la seguridad que da el saber que se canta sobre una pista previamente grabada.

/ *PLAYBACK* / is conceived as a hypnagogic journey, a set of intense visual, auditory and tactile perceptions that appear in the intermediate state between waking and sleep whose link to reality is not clear but are experienced as real. Enjoyment of the useless and absurd is proposed, with no more end in mind than the enjoyment of the whim of making what is pleasing to us for the sake of it, with the confidence brought by the knowledge that we are singing over a prerecorded track.

Custo Barcelona

31 / 01 / 2017 - 20:30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Custo Dalmau

Marca comercial / commercial brand:

Custo Barcelona

T. +34 933 788 410

www.custo.com

repcion@custo.com



CUSTO
BARCELONA

WAY MORE - SS17

Custo Barcelona presenta, per primera vegada a Europa, la seva col·lecció més maximalista per a la temporada SS17, "Way More". Amb la filosofia *more is more* com a bandera, més es la clau i la resposta a totes les preguntes: peces més treballades, cosides completament a mà, més riquesa en els materials, més creativitat i una silueta més poderosa i intensa.

Custo Barcelona presenta por primera vez en Europa su colección más maximalista para la temporada SS17, "Way More". Con la filosofía *more is more* como bandera, más es la llave y la respuesta a todas las preguntas: prendas más trabajadas, cosidas completamente a mano, más riqueza en los materiales, más creatividad y una silueta más poderosa e intensa.

Custo Barcelona presents, in Europe for the first time, their most extreme collection for SS17, "Way More". Following the more is more philosophy as its leitmotif, more is the key and answer to all questions: very elaborate pieces sewn entirely by hand, in the richest materials, more creativity and a more powerful and striking silhouette.

Daniel Rosa

02 / 02 / 2017 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:

Daniel Rosa

Marca comercial / commercial brand:

DANIELROSA

T. +34 672 379 361

www.danielrosa.es

info@danielrosa.es



DANIEL ROSA

ISOLATION

La col·lecció ISOLATION està inspirada en diferents conceptes relacionats entre ells, com la superació, el confort i la nostàlgia, i utilitza com a fil conductor l'estratovolcà Mont Rainier.

Els paisatges d'aquesta muntanya es construeixen sobre un dels llocs més càlids i hostils de la Terra, encara que es percep com un preciós paratge nevad, verd i nostàlgic, un concepte que ha servit d'inspiració per a la col·lecció: imatges fredes, colors com el blanc, el platejat i diferents tons de verd. Una referència visual que porta a utilitzar teixits com llanes fredes, teixits tècnics, drap, denim i tricot a mà, per aconseguir un caràcter melancòlic i càlid.

La colección ISOLATION está inspirada en distintos conceptos relacionados entre sí como: la superación, el confort y la nostalgia, utilizando como hilo conductor el estratovolcán Monte Rainier.

Los paisajes de esta montaña se construyen sobre uno de los lares más cálidos y hostiles de la Tierra aunque se percibe como un precioso paraje nevado, verde y nostálgico, un concepto que ha servido de inspiración para la colección: imágenes frías, colores como el blanco, los plateados y distintos tonos de verde. Una referencia visual que lleva a utilizar tejidos como lanas frías, tejidos técnicos, paño, denim y tricot a mano, para conseguir un carácter melancólico y cálido.

The ISOLATION collection is inspired by different interrelated concepts such as: tenacity, comfort and nostalgia, using the Mount Rainier stratovolcano as a creative thread.

The landscapes of this mountain are built on flanks of one of the hottest and most hostile places on the Earth, although it is perceived as a beautiful snowy, green nostalgic place, a concept that has served as inspiration for the collection: cold images, colors like white, silver and different shades of green. A visual reference that leads to the use of fabrics such as cold wool, technical fabrics, broadcloth, denim and hand-knitted tricot to achieve a warm melancholy character.

Josep Abril

31 / 01 / 2017 - 17:30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Josep Abril
Marca comercial / commercial brand:
JOSEP ABRIL

T. +34 930 047 280 / 640 666 525
www.josepabril.com
contact@josepabril.com



JOSEP ABRIL

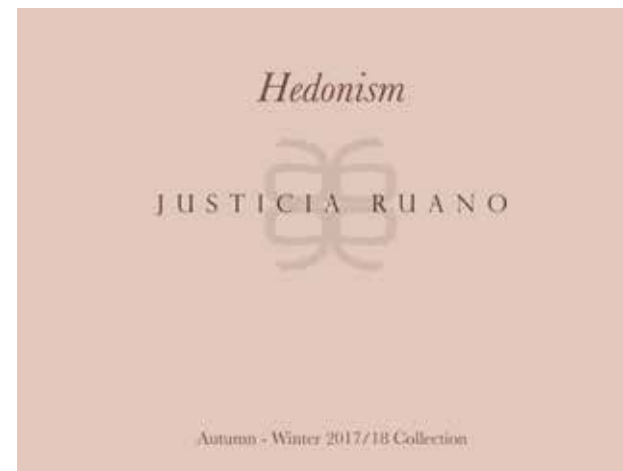
EYES FW#17/18 N40

Justicia Ruano

02 / 02 / 2017 - 19h

Dissenyador / diseñador / designer:
Justicia Ruano
Marca comercial / commercial brand:
JUSTICIA RUANO

T. +34 933 078 130
www.justiciaruano.com
info@justiciaruano.com



HEDONISM

L'art de vivre, en francès, coneixement i capacitat d'adequació del comportament d'una persona als usos i costums d'altres països o cultures. En altres idiomes, capacitat per gaudir dels plaers de la vida. Felicitat i plaer com a motivació intrínseca de tota existència humana. Actuar de manera que el que és positiu superi el que és negatiu i beneficiï el major nombre de persones al món.

Barrejar idees, memòries, somnis i anhels a través de l'art i de la confecció. Humor, fantasia i bellesa marquen el ritme d'una col·lecció, l'únic desig de la qual és exaltar l'aura d'una heroïna intergalàctica. Opulència i subtileza juntes en una col·lecció de contrastos. Pes i lleugeresa, flexibilitat i rigidesa, coexistència harmoniosa. Daurat i platejat imparteixen una nota d'alegria i de riquesa a les peces. Rosa i verd aigua són els colors dominants. Una paleta de colors suau i sofisticada, amb incursions de tons maragda i vi.

La col·lecció està dedicada a una dona rebel i pura, la dualitat de la qual és el seu punt fort i de seducció.

L'art de vivre, en francès, conocimiento y capacidad de adecuación del comportamiento de una persona a los usos y costumbres de otros países o culturas. En otros idiomas, capacidad para disfrutar de los placeres de la vida. Felicidad y placer como motivación intrínseca de toda existencia humana. Actuar de modo que lo positivo supere lo negativo y que beneficie al mayor número de personas en el mundo.

Mezclar ideas, memorias, sueños y anhelos a través del arte y la confección. Humor, fantasía y belleza marcan el ritmo de una colección cuyo único deseo es exaltar el aura de una heroína intergaláctica. Opulencia y sutileza juntas en una colección de contrastes. Peso y ligereza, flexibilidad y rigidez, coexistencia armoniosa. Dorado y plateado imparten una nota de alegría y riqueza a las prendas. Rosa y verde agua son los colores dominantes. Una paleta de color suave y sofisticada con incursiones de tonos esmeralda y vino.

La colección está dedicada a una mujer rebelde y pura cuya dualidad es su punto fuerte y de seducción.

L'art de vivre, in French means the knowledge and ability of a person to adapt their behavior to the habits and customs of other countries or cultures. In other languages: the ability to enjoy the pleasures of life. Happiness and pleasure as the intrinsic motivation of all human existence. Act so that the positive outweighs the negative and that will benefit the largest number of people in the world.

Mix ideas, memories, dreams and longings through art and clothing. Humor, fantasy and beauty set the tone of a collection which seeks only to praise the aura of an intergalactic heroine. Opulence and subtlety together in a collection of contrasts. Weight and airiness, flexibility and rigidity, harmonious coexistence. Gold and silver impart a note of joy and richness to the garments. Pink and water green are the dominant colors. A soft and sophisticated color palette with emerald and wine red splashes.

The collection is dedicated to a pure rebellious woman whose dualism is both her strong point and her seductiveness.

Krizia Robustella

01 / 02 / 2017 - 12:30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Krizia Robustella
Marca comercial / commercial brand:
Krizia Robustella

T. +34 932 682 668
www.kriziarobustella.com
kriziarobustella@gmail.com



JOLLY DEATH CREW

Després de l'enterrament *gangsta* de l'última col·lecció primavera-estiu 2017, Krizia Robustella ressuscita d'entre els morts. En la nova temporada, Jolly Death Crew torna des de la tomba de la mà de l'il·lustrador Marcos Cabrera. Aquesta vegada, l'estil "xandaller" de la dissenyadora es barreja amb un munt de zombis d'ultratumba i de morts vivents, i dona vida a una colla divertida i plena de color, que et mira desafiant per arrossegar-te amb ella cap a la festa al cementiri. Aquests morts estan molt vius!

Después del entierro *gangsta* de la última colección primavera-verano 2017, Krizia Robustella resucita de entre los difuntos. En la nueva temporada, Jolly Death Crew vuelve desde la tumba de la mano del ilustrador Marcos Cabrera. Esta vez, el estilo chandalero de la diseñadora se mezcla con un montón de zombis de ultratumba y muertos vivientes dando vida a una pandilla divertida y llena de color que te miran desafiantes para arrastrarte de fiesta al cementerio con ellos. ¡Estos muertos están muy vivos!

After the gangsta burial of her last spring-summer 2017 collection, Krizia Robustella rises up from the dead. For the new season, the Jolly Death Crew returns from the grave by the hand of illustrator Marcos Cabrera. This time, the designer's shell suit style is combined with a plethora of zombies from the hereafter and the living dead giving life to a very colorful delightful gang who look you in the eye and dare you to join them at the party in the cemetery. These dead are very alive!

Lebor Gabala

02 / 02 / 2017 - 17:30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Maite Muñoz Roy
Marca comercial / commercial brand:
LEBOR GABALA

T. +34 934 234 374
www.leborgabala.com
info@leborgabala.com

LEBOR GABALA

SCHEREZADE

La màgia dels contes de Sherezade ens transporta a *Les mil i una nits*. Caftans de vellut devorat, vestits vaporosos de seda arrugada dels exòtics colors de les espècies, sedes estampades de perfumades flors. Amplis i envolupants volums.

El punt hi té un paper fonamental, com no pot ser d'una altra manera en les col·leccions de Lebor Gabala. Caixmir, *baby wool*, alpaca i seda són els protagonistes en diferents textures i galgues, on les gruixudes són les estrelles de la col·lecció. Abrics teixits en punt, amb jacquards que recorden els *zelliges*, adornats amb passamaneria i pell de be per protegir-se de les fredes nits de l'Atlas.

La magia de los cuentos de Sherezade nos transporta a *Las mil y una noches*. Caftanes de terciopelo devorado, vestidos vaporosos de seda arrugada en los exóticos colores de las especias, sedas estampadas de perfumadas flores. Amplios y envolventes volúmenes.

El punto juega un papel fundamental, como no puede ser de otra manera en las colecciones de Lebor Gabala. Cashmere, *baby wool*, alpaca y seda son los protagonistas, en diferentes texturas y galgas, donde las gruesas son las estrellas de la colección. Abrigos tejidos en punto, con jacquards que recuerdan los *zelliges*, adornados de pasamanería y piel de cordero para protegerse de las frías noches en el Atlas.

*The magic of Scheherazade's tales transports us to a **Thousand and one nights**. Devore velvet caftans; sheer crushed silk dresses in exotic spice colors; silks printed with perfumed flowers. Wide and enveloping volumes.*

Knitwear plays a fundamental role, as could not be otherwise, in Lebor Gabala's collections. Cashmere, baby wool, alpaca and silk are the protagonists, in different textures and gauges, where chunky knits are the stars of the collection. Jacquards woven overcoats reminiscent of zellige mosaic tiles, adorned with trimmings and lambskin, to protect from the cold nights in the Atlas Mountains.

Little Creative Factory

03 / 02 / 2017 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:
Cristina Fernández
Marca comercial / commercial brand:
Little Creative Factory

T. +34 933 152 161

www.littlecreativefactory.com
contact@littlecreativefactory.com



little creative factory

L'EDAT DELS SOMNIS... ■ LA EDAD DE LOS SUEÑOS... ■ THE AGE OF DREAMS...

Amb la seva proposta FW17/18, LCF convida els més petits a somiar que tot és possible i que els somnis es poden fer realitat. LCF presenta una col·lecció en què la paleta de colors —coure, ocre, gris clar, maquillatge i verd molsa— ens transporta als anys 20 i en què els teixits càlids i suaus —vellut, lli, llana, tricot i punt— donen forma a peces còmodes i versàtils, de grans volumetries, que permeten als més petits atrevir-se amb combinacions i superposicions i expressar amb tota naturalitat i llibertat la seva personalitat. LCF presenta la seva col·laboració amb Vialis: una sabata especialment dissenyada per a la nena Little.

Con su propuesta FW17/18, LCF invita a los más pequeños a soñar que todo es posible y que los sueños se pueden hacer realidad. LCF presenta una colección en la que la paleta de colores —cobre, ocre, gris claro, maquillaje y verde musgo— nos transporta a los años 20 y en la que los tejidos cálidos y suaves —terciopelo, lino, lana, tricot y punto— dan forma a prendas cómodas y versátiles, de grandes volumetrías, que permiten a los más pequeños atreverse con combinaciones y superposiciones y expresar con toda naturalidad y libertad su personalidad. LCF presenta su nueva colaboración con Vialis: un zapato especialmente diseñado para la niña Little.

With its FW17/18 proposals, LCF encourages children to dream that anything is possible and that dreams can come true. LCF presents a collection in which the color range —copper, ocher, gray, makeup and moss green— takes us back to the 20s and the warm soft fabrics —velvet, linen, wool, tricot and knitwear— give rise to comfortable and versatile loose fitting garments that allow children to try daring combinations and overlays and naturally express their personality and freedom. LCF presents in collaboration with Vialis: a shoe specially designed for the Little Girl.

Loa by Lúdia Aguilera

31 / 01 / 2017 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:
Lúdia Aguilera
Marca comercial / commercial brand:
LOA by Lúdia Aguilera

T. +34 935 318 899

www.loa.eu.com
info@loa.eu.com



LOA
BY LIDIA AGUILERA

QUIET OPULENCE

Una rosa es va agitar en la seva sang i li va encendre les galtes. La respiració, accelerada, va obrir els pètals dels seus llavis, que van tremolar. Un vent meridional de passió va bufar sobre ella i va moure els delicats plecs del vestit. Va respirar fondo. La frescor de l'aire matutí va semblar que foragitava totes les seves obscures passions. Pensava només en Sibyl. Les dones ordinàries sempre es consolen. Algunes es llancen als colors sentimentals. Mai et refiïs d'una dona que es vesteix de malva o d'una dona aficionada a les cintes de color rosa. Hi va haver un moment de silenci. Mudes i amb peus de plata, les ombres del jardí van entrar a la casa. Els colors van desaparèixer dels objectes cansadament.

Una rosa se agitó en su sangre, encendiéndole las mejillas. La respiración, acelerada, abrió los pétalos de sus labios, que temblaron. Un viento meridional de pasión soplo sobre ella, moviendo los delicados pliegues del vestido. Respiró hondo. El frescor del aire matutino pareció ahuyentar todas sus sombrías pasiones. Pensaba sólo en Sibyl. Las mujeres ordinarias se consuelan siempre. Algunas se lanzan a los colores sentimentales. Nunca te fíes de una mujer que se viste de malva o de una mujer aficionada a las cintas de color rosa. Hubo un momento de silencio. Mudadas, y con pies de plata, las sombras del jardín entraron en la casa. Los colores desaparecieron cansadamente de los objetos.

A rose fluttered in her blood, lighting her cheeks. Her breath quickened, opening the petals of her lips, which trembled. A wind of passion from the south caressed her, moving the delicate folds of her dress. She took a deep breath. The coolness of the morning air seemed to dispel all her dark thoughts. I was thinking only of Sibyl. Ordinary women always comfort themselves. Some are thrown into sentimental colors. Never trust a woman who wears mauve or a woman fond of pink ribbons. There was a moment of silence. Silently and on silver feet, the shadows of the garden crept into the house. The colors bled lazily out of the objects.

Miquel Suay

30 / 01 / 2017 - 17:30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Miquel Suay
Marca comercial / commercial brand:
Miquel Suay

General:
info@miquelsuay.com
Comunicació:
jesus.andres@miquelsuay.com

T. +34 963 529 053
www.miquelsuay.com



MIQUELSUAY

23° 51' 19''

Des de l'antiguitat, l'ésser humà s'ha qüestionat els límits de l'univers. Homes i dones de totes les èpoques han perseguit el somni de conèixer i conquerir l'espai infinit. La immensitat sembla inaprehensible des d'aquest planeta petit i imperfecte, que gira inclinat uns quants graus respecte de l'òrbita del sol: 23° 51' 19''. Malgrat aquest error determinant, l'home segueix aferrat a una certesa: el cel és el límit. Miquel Suay pren aquest humanisme, quasi de ciència-ficció, com a punt de partida per a la seva col·lecció, una proposta avantguardista que emana d'allò clàssic.

Els volums oversize semblen desafiar la gravetat, juguen a embolcallar i a cenyir la silueta d'un home nostàlgic del futur. Les peces exteriors (plecs, cremalleres, tanques, velcros i botons automàtics) mostren forros metal·litzats. Les llanes i el vellut remet a la dimensió terrenal. Els teixits tècnics demostren la seva inspiració tecnològica.

Desde la antigüedad, el ser humano se ha cuestionado los límites del universo. Hombres y mujeres de todas las épocas han perseguido el sueño de conocer y conquistar el espacio infinito. La inmensidad parece inaprehensible desde este planeta pequeño e imperfecto, que rota inclinado unos cuantos grados respecto de la órbita del sol: 23° 51' 19''. A pesar de ese error determinante, el hombre sigue aferrado a una certeza: el cielo es el límite. Miquel Suay toma este humanismo casi de ciencia ficción como punto de partida para su colección, una propuesta vanguardista que emana de lo clásico.

Los volúmenes oversize parecen desafiar la gravedad, juegan a envolver y a ceñir la silueta de un hombre nostálgico del futuro. Las prendas exteriores (fuelles, cremalleras, cierres, velcros y botones automáticos) muestran forros metalizados. Las lanas y el terciopelo remiten a la dimensión terrenal. Los tejidos técnicos demuestran su inspiración tecnológica.

From ancient times, the human has questioned the limits of the universe. Men and women of all ages have pursued the dream of grasp and conquer infinite space. The immensity seemingly inapprehensible from this small and imperfect planet, which rotates inclined a few degrees with respect to the orbit of the sun: 23° 51' 19''. Despite this determinant error, man still clings to one certainty: the sky is the limit. Miquel Suay takes this science fiction humanism as a starting point for his collection, an avant-garde proposal that emanates from the classical.

The oversize volumes seem to defy gravity, play to wrap and hug the silhouette of a nostalgic man of the future. The outer garments (pleats, zippers, closures, velcro and automatic buttons) show metallic linings. Wool and velvet are the textures that refer to the earthly dimension. The technical demonstrate their technological inspiration.

Miriam Ponsa

31 / 01 / 2017 - 19h

Dissenyador / diseñador / designer:
Miriam Ponsa
Marca comercial / commercial brand:
Miriam Ponsa

T. +34 938 721 758
www.miriamponsa.com
info@miriamponsa.com



MIRIAM PONSA

LA RUTA DELS Balcans ■ LA RUTA DE LOS BALCANES ■ THE BALKAN ROUTE

Terra de pas, al sud-est d'Europa, entre la mar Adriàtica i la mar Negra, la zona dels Balcans, sota el paraigua d'una gran diversitat de cultures, ètnies i religions, aixopluga una gran quantitat de conflictes i enfrontaments. Aquesta col·lecció homenatja aquests pobles i la seva gent, que viuen d'una forma molt modesta, esperant un futur millor, i que s'ha transformat amb l'arribada de l'onada migratòria. La història dels drets humans esfumats, de la (no) vida, del tancament de fronteres, dels ulls clucs, de les oïdes sordes i del bloqueig humà.

La indumentària tradicional dels Balcans inspira les formes oversize, arrodonides. El patronatge neix de les capes sobreposades i la llibertat de moviment formant peces amples, que no cenyeixen el cos. Els teixits majoritàriament són naturals, de cotó, llana i seda, i tenen forta presència en aquesta col·lecció, així com la intensa investigació en la tècnica d'enfeltrar.

Tierra de paso, situada en el suroeste de Europa, entre el mar Adriático y el mar Negro, la zona de los Balcanes, bajo el paraguas de una gran diversidad de culturas, etnias y religiones, acoge gran cantidad de conflictos y enfrentamientos. Esta colección homenajea a todos estos pueblos y a su gente que vive de forma muy modesta, esperando un futuro mejor, que se ha transformado radicalmente con la llegada de la oleada migratoria. La historia de los derechos humanos esfumados, de la (no) vida, del cierre de fronteras, de la venda en los ojos, de los oídos sordos y del bloqueo humano.

La indumentaria tradicional de los Balcanes inspira las formas oversize, redondeadas. El patronaje nace de las capas superpuestas y la libertad de movimiento formando prendas amplias que no ciñen el cuerpo. Los tejidos son mayoritariamente naturales, de algodón, lana y seda, y tienen fuerte presencia en esta colección, así como la intensa investigación en la técnica de fieltar.

A crossroads, located in southeastern Europe, between the Adriatic and the Black Sea, the Balkans, under the umbrella of a variety of cultures, ethnicities and religions, has suffered countless conflicts and confrontations. This collection pays homage to all these people, and people living in a very modest way waiting for a better future, which has been radically transformed by the arrival of the wave of immigration. The history of human rights dims, the (non) life, closing borders, the blind eyes, the deaf ears and the human blockade.

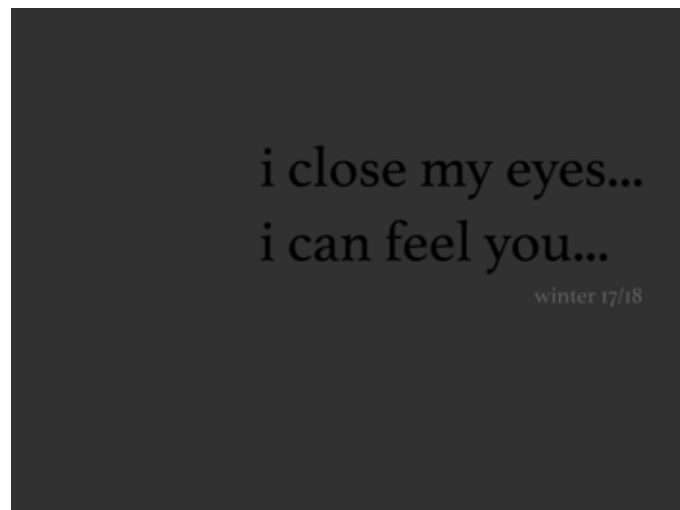
Balkan traditional clothing inspires oversize rounded shapes. The pattern comes from overlapping layers and freedom of movement forming large parts, which do not restrict or hug the body. The fabrics are mostly natural: cotton, wool, silk, and has a strong presence in this collection, as well as intensive research on the technique of felted.

Oscarleon

31 / 01 / 2017 - 16h

Dissenyador / diseñador / designer:
Oscar Leon
Marca comercial / commercial brand:
OSCARLEON

www.oscarleon.com
info@oscarleon.com



OSCARLEON

I CLOSE MY EYES... I CAN FEEL YOU...

I CLOSE MY EYES... I CAN FEEL YOU... Tancat en una petita habitació plena de records, assegut en una cadira vella, tanco els ulls i, de sobte, una llarga pel·lícula de nostàlgia recorre la meva ment.

Sento la teva presència, sento el teu alè a la meua galta, però cada nit obro els ulls i no hi ets.

I CLOSE MY EYES... I CAN FEEL YOU... Encerrado en una pequeña habitación llena de recuerdos, sentado en una vieja silla, cierro los ojos y de repente una larga película de nostalgia recorre mi mente.

Siento tu presencia, siento tu aliento en mi mejilla, pero cada noche abro los ojos y no estás.

I CLOSE MY EYES... I CAN FEEL YOU... Enclosed in a small room filled with memories, sitting in an old chair, I close my eyes and suddenly a long movie of nostalgia runs through my mind.

I feel your presence, I feel your breath on my cheek, but every night I open my eyes and you are not there.

Pablo Erroz

01 / 02 / 2017 - 12:30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Pablo Erroz
Marca comercial / commercial brand:
Pablo Erroz

T. +34 630 024 753

www.pabloerroz.com
pabloerroz@gmail.com

P A N
A O
M A R

fall/winter 2018

PABLOERROZ

PANORAMA - AW 17/18

Panorama; expectatives, futur, possibilitats. Panorama s'inspira en la vida d'aquelles persones que des de la infància mai van ser acceptades per la societat; aquelles persones que vivien en la seva pròpia bombolla i en el seu univers paral·lel. Persones que fantasiejaven i somiaven en un futur prometedor, al marge de la societat idealitzada. Aquelles persones que van créixer i van ser escriptors, músics o artistes incompresos. Narra la història d'un viatge per un món imaginari, on lògica i irrealitat es donen la mà. Gama de color: off white, navy, pirate black, grey, klein, pink, dark red. Textures: pana, denim, pell, cotó, vellut, glitter...

Panorama; expectativas, futuro, posibilidades. Panorama, se inspira en la vida de aquellas personas que desde una infancia nunca fueron aceptadas por la sociedad, aquellas personas que vivían en su propia burbuja y en su universo paralelo. Personas que fantaseaban y soñaban con un futuro prometedo, al margen de la sociedad idealizada. Aquellas personas que crecieron y fueron escritores, músicos o artistas incomprensidos. Narra la historia de un viaje por un mundo imaginario, donde lógica e irrealidad van de la mano. Gama de color: off white, navy, pirate black, grey, klein, pink, dark red. Texturas: pana, denim, piel, algodón, terciopelos, glitter...

Panorama; prospects, future, possibilities. Panorama, is inspired by the life of those people who from a childhood were never accepted by society, those people who lived in their own bubbles and parallel universes. People who fantasized and dreamed of a promising future, outside the idealized society. Those people who grew up and were misunderstood writers, musicians or artists. It tells the story of a journey through an imaginary world, where logic and unreality are intimate friends. Color Range: off white, navy blue, pirate black, grey, Klein blue, pink, dark red. Textures: corduroy, denim, fur, cotton, velvet, glitter...

Pilar del Campo

01 / 02 / 2017 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:
Pilar del Campo
Marca comercial / commercial brand:
PILAR DEL CAMPO

T. +34 686 570 164
www.pilardelcampo.com
pdelcampolavilla@gmail.com



REFLEXOS

Els primers miralls van ser creats pels turcs l'any 6000 a.C. Eren simples atuells amb aigua que els mostraven el seu propi rostre tal com era. Poc a poc aquests miralls van anar evolucionant fins a arribar al que avui dia anomenem *mirall*. Va ser al segle XIX quan el vidre va ser cobert de plata per poder reflectir les imatges que tenia al davant, per mostrar la realitat tal com era.

El mirall sempre hi és, brillant, platejat, esperant per poder mostrar la imatge de la persona que no vol mentides ni enganys, per després tornar a quedar-se sol i sense llum. La moda va canviant d'acord amb els gustos, les situacions i els moments per què passa la societat, per la qual cosa **"la moda és el mirall de la societat"**. És el que reflecteix de manera inconscient qui som i com estem en cada moment. La moda ens delata, ens fa ser transparents, fa que ens sentim mirall.

En la col·lecció F/W 17-18 "REFLEXOS", les peces prenen el paper del mirall.

REFLEJOS

Los primeros espejos fueron creados por los turcos en el año 6.000 a.C. Eran simples vasijas con agua que les mostraban su rostro tal y como era. Poco a poco estos espejos fueron evolucionando hasta llegar a lo que hoy en día llamamos *espejo*. Fue ya en el S. XIX cuando el vidrio fue cubierto por plata para poder reflejar las imágenes que tuviera delante, para mostrar la realidad tal y como es.

El espejo siempre está ahí brillante, plateado, esperando poder mostrar la imagen de la persona que no quiere mentiras ni engaños, para después volver a quedarse sólo y sin luz. La moda va cambiando acorde a los gustos, situaciones y momentos por los que pasa la sociedad, por lo que **"La moda es el espejo de la sociedad"**. Es lo que refleja de manera inconsciente quiénes somos y cómo estamos en cada momento. La moda nos delata, nos hace ser transparentes, nos hace sentirnos espejo.

En la colección F/W 17-18 "REFLEJOS", las prendas toman el papel del espejo.

REFLECTIONS

The first mirrors were created by the Turks in the year 6000 B.C. They were simple vessels with water that showed the face as it was. Little by little these devices evolved into what today we call a mirror.

It was in the 19th century that glass was covered with silver to be able to reflect the images in front of it, to show reality as it is.

The mirror is always there, shiny, silver, waiting to reflect the image of the person who seeks neither lies nor deceit, and then to once again remain alone and without light.

Fashion changes according to tastes, situations and the moments society is going through: "Fashion is the mirror of society". It is what unconsciously reflects who we are and how we are in each moment. Fashion reveals us, makes us transparent, makes us feel like a mirror.

In the collection F/W 17-18 "REFLECTIONS", garments take on the role of the mirror.

Txell Miras

31 / 01 / 2017 - 14h

Dissenyador / diseñador / designer:
Txell Miras
Marca comercial / commercial brand:
TXELL MIRAS

T. +34 610 422 016
www.txellmiras.eu
ivan@txellmiras.eu



txell miras

THE SHED

"Els indis parlen sobre el món. Les seves històries expliquen com el llop va començar a dir-se *llop*. Com els ants van aconseguir la seva cornamenta; el que els óssos diuen a les abelles quan volen mel; com el riu canta una cançó als arbres i com aquests retornen la cançó. (...) Els blancs parlen de l'or, de diners, de dòlars i dòlars, però diguin el que diguin sempre es refereixen a una altra cosa. Parlen d'ells com si encara no fossin vius. A quasi tots ells, sense gairebé excepció, els espanta ser qui són." *El home que s'enamorà de la lluna*, Tom Spanbauer.

Agraïments especials Kupuri Shoes

"Los indios hablan acerca del mundo. Sus historias tratan de como el lobo empezó a llamarse *lobo*. Como los alces consiguieron su cornamenta; lo que los osos dicen a las abejas cuando quieren miel; como el río canta una canción a los árboles y como estos devuelven la canción. (...) Los blancos hablan de oro, de dinero, de dólares y dólares pero digan lo que digan siempre se refieren a otra cosa. Hablan de ellos como si aún no estuvieran vivos. A casi todos ellos, sin apenas excepción, les asusta ser quien son." *El hombre que se enamoró de la luna*, Tom Spanbauer.

Agradecimientos especiales a Kupuri Shoes

"The Indians talk about the world. Their stories are about how the wolf started to be called wolf. How the elk got their antlers; what bears tell bees when they want honey; how the river sings a song to the trees and how they return the song. (...) Whites speak of gold, of money, of dollars and dollars, but whatever they say, they always refer to something else. They speak of them as though they were not yet alive. Almost all of them, with little exception, are afraid to be who they are." The man who fell in love with the moon, Tom Spanbauer.

Special thanks to Kupuri Shoes

01 / 02 / 2017 - 19h

Dissenyador / diseñador / designer:
Jose Maria Garcia Gonzalez
Marca comercial / commercial brand:
ZeGarcia

T. +34 615 029 481

www.zegarcia.com
info.bcn@zegarcia.com



DUALISMO

Aquesta col·lecció sorgeix a partir de la idea d'expressar l'individualisme amb què treballem cada peça, de modelar volums especials amb una personalitat pròpia, dins del concepte i de les línies que acostumem a treballar a l'atelier, però exagerant-les, donant-los un aire més barroco per a la desfilada. Juguem amb la geometria i els efectes òptics que pot generar una peça en la llunyania, un costum adquirit des dels ciments de la firma, quan fèiem mallots de competició per al ball i per a la gimnàstica rítmica. La provocació de barrejar diferents teixits contraris, utilitzant les possibilitats del *moullage* i del patronatge en pla. Línies longilínies i drapejats combinen amb mànigues imponents i cintures estretes. Faldilles amb volum, transparències i brillantors nocturnes que ens transporten a una nit glamurosa, en què la dona no passa desapercebuda. La gamma de colors, entre altres coses, és el que dona nom a la col·lecció, el dualisme per excel·lència entre dos colors des del principi d'un naixement, barrejat amb l'absència total de color.

DUALISMO

Esta colección surge a partir de la idea de expresar el individualismo con el que trabajamos cada prenda, moldear volúmenes especiales con una personalidad propia, dentro del concepto y líneas que solemos trabajar en el *atelier*, pero exagerándolas, dándoles un aire más barroco para el desfile. Jugamos con la geometría y los efectos ópticos que puede generar una pieza en la lejanía. Una costumbre adquirida desde los cimientos de la firma, cuando hacíamos maillots de competición de baile y gimnasia rítmica. La provocación de mezclar diferentes tejidos contrarios, utilizando las posibilidades del *moullage* y del patronaje en plano. Líneas longilíneas y drapeados combinan con mangas imponentes y cinturas estrechas. Faldas con volumen, transparencias y brillos nocturnos que nos trasladan a una noche glamurosa, donde la mujer no pasa desapercibida. La gama de colorido, entre otras cosas, es lo que le da nombre a la colección, el dualismo por excelencia entre dos colores desde el principio de un nacimiento, mezclado con la ausencia de color total.

DUALISM

*This collection arises from the idea of expressing the individualism which characterizes the way we work each garment, molding special volume with a personality of its own, within the concept and lines that we usually work in the atelier, but exaggerating them, giving them a more Baroque air for the catwalk. We play with geometry and optical effects that a piece can generate in the distance. A custom acquired from the foundations of the firm when we made dance competition and rhythmic gymnastics costumes. The provocation of mixing different opposing fabrics using the techniques of *moullage* and flat pattern. Long lines and draped lines combine with stunning sleeves and narrow waists. Skirts with volume, transparencies and sparkle that take us to a glamorous night where the woman immediately stands out. The color range, among other things, is what gives the collection its name: dualism par excellence between two colors from the point of inception, combined with the total absence of color.*

EL AGUA QUE ES MUCHO MÁS QUE AGUA



facebook/solandecabras @Solan_de_Cabras www.solandecabras.es

Aldomartins

03 / 02 / 2017 - 14h

Dissenyador / diseñador / designer:
Núria Bisbal
Marca comercial / commercial brand:
ALDOMARTINS

T. +34 938 054 042
www.aldomartins.com
aldomartins@aldomartins.com

aldomartins

DESIGNED AND MADE IN BARCELONA

BOHEMIAN RHAPSODY

Inspiració folklòrica de mons rurals diversos, tot portat en clau contemporània, amb tocs d'estil *preppy*. Una col·lecció romàntica i femenina per a una dona atrevida, amant dels viatges i de l'estil bohemí.

Col·lecció completament de punt, plena d'intarsies i de jacquards sumptuosos, teixits amb licres per aconseguir relleus que imiten la cistelleria i els jerséis tricotats a mà. *Patchwork* de colors i textures de fort impacte visual. Una paleta en què predomina el rosa brut i els colors del bosc, moltes i fruits silvestres matisats per la boira de l'hivern.

Inspiración folclórica de mundos rurales diversos interpretado en clave contemporánea, con toques de estilo *preppy*. Una colección romántica y femenina para una mujer atrevida, amante de los viajes y del estilo bohemio.

Colección completamente de punto, llena de *intarsias* y de *jacquards* sumptuosos, tejidos con licras para conseguir relieves que imitan la cestería y los jerséis tricotados a mano. *Patchwork* de colores y texturas de fuerte impacto visual. Una paleta en la que predomina el color rosa en bruto y los colores del bosque, musgos y frutos silvestres matizados por la niebla del invierno.

Inspired by the rural settings of folklore interpreted in a contemporary style with a preppy touch. A romantic feminine collection for a daring bohemian woman who loves traveling.

A collection consisting exclusively of knitwear and replete with intarsia knits, sumptuous jacquards, knits containing Lycra imitating basket-weave and hand knit tricote sweaters. Colorful patchwork and striking textures that catch the eye. A color range dominated by muted pink and forest colors, mosses and wild fruit, shrouded in winter mist.

Antonio Miro

01 / 02 / 2017 - 16h

Dissenyador / diseñador / designer:
Alberto Villagrasa
Marca comercial / commercial brand:
ANTONIO MIRO

T. +34 670 609 743
www.antoniomiro.es
arquero.a@antoniomiro.es



ANTONIO MIRO

ORIGENS

"Origens" neix de l'exercici d'analitzar l'estil de vida de la comunitat menonita, més coneguda com a *Amish*, que es resisteix a adaptar-se a la realitat dels nostres dies. "Origens" reflexiona sobre si aquesta realitat ens aporta més llibertat o ens empresona.

La comunitat menonita dona l'esquena a avenços actuals com l'electricitat o la tecnologia. Un estil de vida singular, basat en la humilitat i el treball, que determina una estètica molt marcada.

"Origens" és una immersió en allò artesanal i tradicional, en el "fet a mà". Teixits naturals com la llana i el cotó donen forma a peces de talls nets i simples. Una imatge elegant i còmoda, amb la visió de la firma.

ORIGENS

"Origens" nace del ejercicio de analizar el estilo de vida de la comunidad menonita, más conocida como *Amish*, que se resiste a adaptarse a la realidad de nuestros días. "Origens" reflexiona sobre si esta realidad nos aporta más libertad o nos hace más prisioneros.

La comunidad menonita da la espalda a avances actuales como la electricidad o la tecnología. Un estilo de vida singular, basado en la humildad y el trabajo, que determina una estética muy marcada.

"Origens" es una inmersión en lo artesanal y tradicional, en el "el hecho a mano". Tejidos naturales como la lana y el algodón dan forma a piezas de cortes limpios y simples. Una imagen elegante y cómoda, con la visión de la firma.

ORIGINS

Origins arose from the exercise of analyzing the lifestyle of the Mennonite community, better known as Amish, who refuse to adapt to modern life. Origins reflects on whether modern life gives us more freedom or makes us more prisoners.

The Mennonite community turns its back on current advances such as electricity or technology. A unique lifestyle, based on humility and work, which gives rise to a very marked aesthetic.

Origins is an immersion into the artisanal and traditional, into the "made by hand". Natural fabrics such as wool and cotton give clean and simple cuts. An elegant and comfortable image, with the firm's customary signature.

Boboli

30 / 01 / 2017 - 12h

Marca comercial / commercial brand:
Boboli

F. +34 937 980 500

www.boboli.es
startextil@boboli.es

T. +34 937 982 000



BOBOLI AIRLINES

Aquesta temporada **boboli** se'n va de viatge i pretén recórrer tots els països del món. Ens hi acompanyes? Volem oferir-te tota la nostra col·lecció de Primavera-Estiu 2017 perquè puguis triar el *look* més *cool* per a les teves properes destinacions: per a la Costa Brava, la línia marinera més *chic*, amb pinzellades de blau i de vermell; en canvi, per als viatges més urbans, peces de color blau, rosa i gris, amb motius florals i un toc *denim*. A Cuba, els estampats més coloristes i frescos ens ajudaran a camuflar-nos a la selva tropical, mentre que a Kenya ens acompanyaran els *prints* més ètnics. Finalment, per a les llargues passejades per Palm Beach, teixits frescos monocroms, amb espurnes de taronja i de pistatxo.

Bon voyage!

Esta temporada **boboli** se va de viaje pretendiendo recorrer todos los países del mundo... ¿nos acompañas? Queremos ofrecerte toda nuestra colección de PV17 para que puedas elegir el *look* más *cool* para tus próximos destinos: para la Costa Azul, la línea marinera más *chic* con pinceladas de azul y rojo, en cambio, para los viajes más urbanos, prendas de colores azul, rosa y gris, con motivos florales y un toque *denim*. En Cuba, los estampados más coloristas y frescos nos ayudarán a camuflarnos en la selva tropical, mientras que en Kenia nos acompañarán los *print* más étnicos... Finalmente, para los largos paseos por Palm Beach, tejidos frescos monocromos con destellos de naranja y pistachio.

Bon voyage!

This season boboli is going on a trip intending to travel all the countries in the world... are you coming with us? We want to offer you our entire collection of PV17 so you can choose the coolest look for your next destinations: for the Cote d'Azur, the most chic marine line with blue and red touches, instead, for the more urban trips, blue, pink and gray hued garments, with floral motifs and a denim touch. In Cuba, the more colorful and fresh prints will help us camouflage ourselves in the tropical rainforest, while in Kenya, we will be accompanied by more ethnic prints... Finally, for the long walks on Palm Beach, fresh monochrome fabrics with flashes of orange and pistachio.

Bon voyage!

CND by Cándor

30 / 01 / 2017 - 14h

Marca comercial / commercial brand:
CONDOR / CND Barcelona

T. +34 937 959 980

www.condor.es
mkt@condor.es



ART GALLERY

Inspirada en l'art: el **pop-art**, com a moviment artístic important del s.XX, caracteritzat per l'ús d'imatges de la cultura popular. Inspirats en Roy Lichtenstein. L'**art nouveau** de finals del s.XIX i principis del s.XX és on veiem les tendències més renovadores de la literatura, el teatre, l'arquitectura i les belles arts, i admirem a Gustav Klimt. El **naïf** va sorgir a principis del s.XX i representava la realitat afectada per la ingenuïtat de la sensibilitat infantil i l'ús de colors vius. La nostra visió és la de Henry Rousseau. En el **gràfit**, iniciat als anys 60 a Nova York i, des d'allà, de la mà de Keith Haring. L'**art abstracte** que exclou allò concret i s'allunya de l'aspecte exterior d'una realitat. Per això ens abstraiem per Mondrian i Kandinsky. En l'**impressionisme** reproduïm la natura de forma subjectiva i personal, i somiem en els paisatges de Monet! "**Art Gallery**", amb línies senzilles i teixits naturals i elegants, estructures confortables i fàcils de portar. Colors càlids de tardor i matisats hivernals conviden a la barreja amb els nostres en harmonia. Dissenyos que són obres d'art i els nostres pinzells han creat per als nens i nenes: les nostres muses!

Inspirada en el arte: El **pop-up** como movimiento artístico del s.XX caracterizado por el uso de imágenes de la cultura popular. Inspirados en Roy Lichtenstein. El **art nouveau** de finales del s.XIX y principios del XX, vemos las tendencias más renovadoras de la literatura, del teatro, de la arquitectura y de las bellas artes y admiramos a Gustav Klimt. El **naïf**, surgió a principios del s.XX representando la realidad afectada por la ingenuidad de la sensibilidad infantil y el uso de colores vivos. Nuestra visión es la de Henri Rousseau. El **graffiti** que empezó en los años 60 en Nueva York y, desde allí, de la mano de Keith Haring. El **Abstract art** excluye lo concreto y se aleja del aspecto exterior de una realidad. Por ello nos abstraemos por Mondrian y Kandinsky. En el **impresionismo** reproducimos la naturaleza de forma subjetiva y personal, soñamos con los paisajes de Monet! "**Art Gallery**", con líneas sencillas, tejidos naturales, elegantes, estructuras confortables y fáciles de llevar. Colores cálidos otoñales y matices hivernals invitan a la mezcla con nuestros en armonía. Diseños que son obras de arte y que nuestros pinceles han creado para los niños: nuestras musas!

Inspired by art: By Pop-Art like an artistic movement of the 20th c., characterized by images from popular culture. We have taken inspiration from Roy Lichtenstein. The art nouveau of the end of the 19th and beginning of the 20th c. we see refreshing new trends in literature, theater, architecture and fine arts, and we admire Gustav Klimt. The naïve art emerged at the beginning of the 20th c., representing reality by simulating the ingenuity of children's sensitivity and the use of bright colors. Our vision is Henri Rousseau's. By the graffiti, that began in the 60s in NY, and executed by the hand of Keith Haring. Abstract art excludes the concrete and veers away from the external aspects of reality. For that reason we abstract ourselves with Mondrian and Kandinsky. By impressionism we reproduce nature subjectively and personally; we dream about the landscapes of Monet! "Art Gallery", with simple lines and natural, elegant fabrics and comfortable easy to wear shapes. Warm autumn colors and winter hues that invite you to combine them with our classic colors in a harmony. Designs that are works of art and that our brushes have created for the children: our muses!

ES Collection

03 / 02 / 2017 - 12h

Dissenyador / diseñador / designer:
Carmen Monforte Conde
Marca comercial / commercial brand:
ES COLLECTION

T. +34 933 091 185
www.escollection.es
hector@escollection.es



• **ES** •
collection

SHADE

La dissenyadora catalana Carmen Monforte presenta un home i una dona molt segurs d'ells mateixos, amb una personalitat forta, però a la vegada molt sensibles, guiats sempre per un sentit líric d'immortalitat i de perpetuïtat.

La seva proposta per a la propera temporada tardor/hivern se centra en la presència de colors foscos combinats amb tocs metàl·lics que, juntament amb els jocs de proporcions i de textures, componen una col·lecció molt contemporània i espontània, ideal per a un look diari.

Per aconseguir-ho, juga amb una rica varietat de teixits, com el modal o la viscosa, que, combinats amb altres teixits orgànics, donen lloc a peces enormement suaus i adaptables, i crea, així, una segona pell.

La dissenyadora catalana Carmen Monforte presenta a un home i a una dona molt segurs de sí mateixos, con una personalidad fuerte, pero al mismo tiempo muy sensibles, guiados siempre por un lírico sentido de inmortalidad y perpetuidad.

Su propuesta para el próximo otoño/invierno se centra en la presencia de colores oscuros combinados con toques metálicos que, junto con los juegos de proporciones y texturas, conforman una colección muy contemporánea y espontánea, ideal para un look diario.

Para ello, juega con una rica variedad de tejidos como el modal o la viscosa, que combinados con otros tejidos orgánicos, dan lugar a prendas enormemente suaves y adaptables, creando casi una segunda piel.

The Catalan designer Carmen Monforte presents a man and a woman who are very sure of themselves, with a strong personality, but at the same time very sensitive, always letting themselves be guided by an underlying sense of immortality and perpetuity.

Her proposal for next autumn/winter focuses on the presence of dark colors combined with metallic touches that, together with the play of proportions and textures, make up a very contemporary and spontaneous collection, ideal for a daily look.

To achieve this, the collection plays with a rich variety of fabrics like modal or viscose, which combined with other organic fabrics, give rise to enormously soft and adaptable garments, almost creating a second skin.

Escorpion Studio Barcelona

01 / 02 / 2017 - 14h

Marca comercial / commercial brand:
ESCORPION STUDIO BARCELONA

T. +34 938 030 600
www.escorpion.com
info@escorpion.com



ESCORPION
STUDIO
BARCELONA

SS17 HERITAGE

Si hi ha història, parlem d'herència i de tradició. L'evocació al passat és el nostre *leitmotiv* en aquesta col·lecció càpsula per a la col·lecció SS17, però des d'una perspectiva absolutament personal, que exigeix una nova reinterpretació del nostre esperit.

Un nou ressorgir que té com a protagonistes les formes de la natura, que reflecteix frescor i serenitat en teixits i siluetes. Què seria de la tradició sense records? La paleta de colors ens envolta en instants i en aromes plasmats d'una manera única, tot un viatge cap als nostres orígens.

"La natura té una personalitat complexa que es manifesta de forma constant i espontània."

Si hay historia hablamos de herencia y tradición. La evocación al pasado es nuestro *leitmotiv* en esta colección cápsula para SS17, pero desde una perspectiva absolutamente personal que exige una nueva reinterpretación de nuestro espíritu. Un nuevo resurgir que tiene como protagonista las formas de la naturaleza, que refleja frescura y serenidad en tejidos y siluetas. ¿Qué sería de la tradición sin recuerdos? La paleta de colores nos envuelve en instantes y en aromas plasmados de una forma única, todo un viaje hacia nuestros orígenes.

"La naturaleza tiene una compleja personalidad que se manifiesta de forma constante y espontánea."

To talk about history is to talk about heritage and tradition. The evocation of the past is our leitmotiv in this capsule collection for SS17, but from an absolutely personal perspective that requires a new reinterpretation of the brand's spirit. A new resurgence whose protagonists are the forms of nature, shown in the freshness and serenity of the fabrics and in the shapes they take. What would tradition be without memories? The range of colors surrounds us in moments and in aromas shaped in a unique way, a journey back to our origins.

"Nature's complex personality manifests itself constantly and spontaneously."

Lola Casademunt

31 / 01 / 2017 - 11h

Marca comercial / commercial brand:
LOLA CASADEMUNT

T. +34 938 793 938

www.lolacasademunt.com
info@lolacasademunt.com



WINTER FAIRYTALE

Col·lecció romàntica i femenina, basada en els contes de fades i en els castells del bosc, amb els colors dels fruits vermells, de les flors i de les fulles ocres i humides, els teixits aristocràtics, com el vellut i les puntes, el luxe del lamé i la pedreria brillant, per a un look barroc però molt contemporani.

Colección romántica y femenina, basada en los cuentos de hadas y en los castillos del bosque, con los colores de los frutos rojos, de las flores y de las hojas ocres y húmedas, los tejidos aristocráticos como el terciopelo y las puntas, el lujo del lamé y la pedrería brillante, para un look barroco pero muy contemporáneo.

A romantic and feminine collection, based on fairy tales and castles hidden in the forest. The colors of red berries, flowers, damp ochre leaves and aristocratic cloths like velvet and lace, lamé and sparkling gem studded fabrics, for a baroque but very contemporary look.

Naulover

31 / 01 / 2017 - 12:30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Carme Noguera
Marca comercial / commercial brand:
NAUOVER

T. +34 934 877 318

www.naulover.com
naulover@naulover.com

Naulover
1957

DARK OPHELIA

Barreja extravagant de teixits, quadres i tapisseria; *oversize, dark, dandy*, grans flors, colors vius, violeta a les parpelles tacades, claus, imperdibles... grans muscleres, sastreria, pantalons *chic* i moderns.

Mezcla extravagante de tejidos, cuadros y tapicería, *oversize, dark dandy*, grandes flores, colores vivos, violeta en los párpados manchados, llaves, imperdibles... grandes hombreras, sastres, pantalones *chic* y modernos.

An extravagant mix of fabrics, paintings and upholstery style prints, oversize, dark dandy, big flowers, living colors, violet on stained eyelids, keys, safety pins... large shoulder pads, tailored lines, chic and modern trousers.

Punto Blanco

03 / 02 / 2017 - 13h

Marca comercial / commercial brand:
PUNTO BLANCO

T. +34 938 035 252

www.puntoblanco.com
info@puntoblanco.com



HARMONY

Col·lecció amb un aire minimalista inspirat per dues cultures i estils de vida diferents: la japonesa i la nòrdica. Tot i que són molt diferents, tenen un punt de trobada i un eix comú: la recerca d'una manera més senzilla de viure, un món *slow & clean*, depurat de coses supèrflues. Només allò necessari i allò adequat és suficient, amb un toc de sorpresa, de sobte, en el punt just. Menys és més, l'equilibri perfecte, l'harmonia.

Colección con aire minimalista inspirado por dos diferentes culturas y *lifestyles*: la japonesa y la nórdica. Aunque son muy distintas tienen un punto de encuentro y un eje común: la búsqueda de una manera más sencilla de vivir, un mundo *slow & clean*, depurado de lo superfluo. Solo lo necesario, lo adecuado es suficiente...con un toque de sorpresa, de repente, en el punto justo. Menos es más, el equilibrio perfecto, la armonía.

A collection with a minimalist air, inspired by two different cultures and lifestyles: Japanese and Nordic. Although they are very different, they meet at a certain point and have a common axis: the search for a simpler way of life, a slow & clean world, cleared of the superfluous. The necessary, the adequate, is enough. Surprise, suddenly, at just the right point. Less is more, the perfect balance – Harmony.

TCN

30 / 01 / 2017 - 19h

Marca comercial / commercial brand:
TCN

T. +34 937 951 114

www.tcn.es
comunicacion@tcn.es



PRIMAVERA – ESTIU 2017
VERANO 2017



PRIMAVERA –
SPRING – SUMMER 2017

Torras

02 / 02 / 2017 - 12:30h

Marca comercial / commercial brand:
TORRAS

T. +34 938 627 533

www.torras.com
info@torras.com



TORRAS

KLEETOPIA

Torras presenta, per a la seva col·lecció FW 17/18, la unió del concepte d'utopia amb l'art de Paul Klee.

El terme *utopia* neix de la idea d'una illa imaginària on habitava una societat perfecta. Klee fou un artista d'origen suís i és el representant d'un estil transcendental, en què el món material només és una de les moltes realitats obertes a la consciència.

I en tant que l'art no vol reproduir la realitat, sinó fer visible la realitat pròpia, Torras ha creat una col·lecció inspirada en l'art de Klee, buscant l'expressió de la seva essència i la perfecció de les seves peces, buscant l'equilibri perfecte entre disseny i estil, sempre amb el seu segell, reconeixible i únic.

Si hi sumem la sensibilitat en l'ús de la pell, la combinació dels diferents materials nobles que sempre acompanyen la marca i el treball del color, trobem una col·lecció optimista, viva i essencial.

Torras presenta para su colección FW 17/18 la unión del concepto de utopía con el arte de Paul Klee.

El término *utopía* nace de la idea de una isla imaginaria donde habitaba una sociedad perfecta. Klee fue un artista de origen suizo y representante de un estilo transcendental, en el que el mundo material tan solo es una de las muchas realidades abiertas a la consciencia.

Y en tanto que el arte no quiere reproducir la realidad sino hacer visible la propia realidad, Torras ha creado una colección inspirada en el arte de Klee, buscando la expresión de su esencia y la perfección de sus prendas, buscando el equilibrio perfecto entre diseño y estilo, siempre con su sello, reconocible y único.

Se suman la sensibilidad en el uso de la piel, la combinación de los diferentes materiales nobles que siempre acompañan la marca y el trabajo del color, encontramos una colección optimista, viva y esencial.

Torras' FW 17/18 collection represents the union of the concept of utopia with the art of Paul Klee.

The term "utopia" comes from the idea of an imaginary island where a perfect society was established. Klee was a Swiss artist and representative of a transcendental style in which the material world is only one of the many realms apprehendable to consciousness.

And as art is does not reproduce reality but to makes it visible, Torras has created a collection inspired by Klee, seeking the expression of his essence and the perfection of his works, looking for the perfect balance between design and style, always in keeping with the TORRAS style, instantly recognizable and unique.

If we add the sensitivity in the use of leathers, the combination of different noble materials that characterize the firm and the use of color, we find an optimistic lively and vital collection.

VM la Sibèria

01 / 02 / 2017 - 17:30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Victòria Espar Almeda i Marc Espar Figueras
Marca comercial / commercial brand:
Pelleteria VM la Sibèria

T. +34 933 170 583

www.pelleteriasiberia.com
info@pelleteriasiberia.com



VM LA SIBÈRIA

MÚSICA

Seguim el nostre viatge inspirats per la MÚSICA. Ens inspira, ens emociona, ens fa sensibles, ens transforma. Sempre ens acompanya, per gaudir, per treballar, per improvisar, per escoltar, per ballar, per meditar... Com la música, la nostra col·lecció cerca la bellesa com a forma i expressió d'emoció. L'expressem mitjançant una combinació de pells, d'alçades de pell, de textures i de colors, d'acord amb les lleis de l'harmonia i del ritme. Peces harmòniques de contrastos serens, que combinen diferents materials sota la mateixa gamma cromàtica, i altres de més estridents, amb més ritme, més trencadores, en què contrasten els colors i que se sobreposen amb valentia.

MÚSICA

Seguimos nuestro viaje inspirados por la MÚSICA. Nos inspira, nos emociona, nos hace sensibles, nos transforma. Siempre nos acompaña para disfrutar, para trabajar, para improvisar, para escuchar, para bailar, para meditar... Como la música, nuestra colección busca la belleza como una forma y expresión de emociones. La expresamos a través de una combinación de pieles, de alturas de pelo, de texturas y de colores de acuerdo con las leyes de la armonía y del ritmo. Unas prendas armónicas de contrastes serenos, que combinan diferentes materiales bajo la misma gama cromática y otras más estridentes, con más ritmo, más rompedoras, contrastando colores y que se sobreponen con valentia.

MUSIC

We continue, this time on a journey inspired by music. It inspires us, it moves us, it makes us sensitive, it transforms us. Music is always present in our lives, while we are enjoying ourselves, while working and as an aid to meditation. We improvise it, listen to it and dance to it, like music, our collection seeks beauty as a way of expressing emotions. Expressed through a combination of furs, different fur lengths, textures and color, according to the laws of harmony and rhythm. Harmonic pieces in serene contrasts, combining different materials in the same chromatic range and others more strident, more rhythmic, more disruptive, contrasting colors and asserting courageously.

Wom&Now

02 / 02 / 2017 - 14h

Marca comercial / commercial brand:
WOM&NOW

T. +34 931 175 404

www.womandnow.com
sales@womandnow.com

W O M & N O W

MISCELLANEOUS

El missatge de la nostra col·lecció tardor/hivern 2017/18 és la recerca de l'equilibri a través de la fusió de materials, colors i estils.

Les parelles inesperades donen una nova dimensió a l'estil.

Allò que és retro conviu amb allò que és esportiu.

Allò que és romàntic es barreja amb allò que és rocker.

El dia passa a la nit i la nit al dia.

Es difuminen els límits entre formalitat i informalitat.

El mensaje de nuestra colección otoño/invierno 2017/18 es la búsqueda del equilibrio a través de la fusión de materiales, colores y estilos.

Las parejas inesperadas dan una nueva dimensión al estilo.

Lo retro convive con lo deportivo.

Lo romántico se mezcla con lo rockero.

El día pasa a la noche y la noche al día.

Se difuminan los límites entre lo formal y lo informal.

The message from our Fall Winter 2017/18 collection is the search for the perfect balance through the fusion of materials, colors and styles.

Unlikely couples bring a new dimension to style.

Retro consorts with the Sporty

The romantic mixes with the rock 'n' roller.

Day becomes night and night becomes day.

The boundaries between formal and informal are blurred.

Yerse

02 / 02 / 2017 - 16h

Marca comercial / commercial brand:
Yerse

T. +34 937 451 700

www.yerse.com
ingrid@yerse.com



Yerse
BARCELONA | SINCE 1964

TOGETHERNESS

La fredor insubstantial de la tecnologia ha despertat formes de relacionar-nos que dormien oblidades. El que realment importa és allò que ens toca la pell. Tacte. Contacte. Experiències en expansió que perduren en la memòria. Les connexions més profundes neixen dels batecs de l'altre. Tocant, redescobrim. I teixim noves històries.

Las creaciones Tardor-Hivern 17 de Yerse s'apropen a tot el que és verdader i natural.

Tornen a l'essència. A la sublim cruesa de l'artesania. A primitives tradicions contemporànies. En cada peça coexisteixen nous conceptes. Brodats i detalls folk inspirats en cultures reinterpretades. Espigues de jacquard. Flors. Quadres. Maxiratlles. Dissenyos que toquen emocions. Belleza a flor de pell.

La frialdad insubstantial de la tecnología ha despertado maneras de relacionarnos que dormían olvidadas. Lo que realmente importa es aquello que nos toca la piel. Tacto. Contacto. Experiencias en expansión que perduran en la memoria. Las conexiones más profundas nacen de los latidos del otro. Tocando redescubrimos. Y tejemos nuevas historias.

Las creaciones AW17 de Yerse se acercan a todo lo que es verdadero y natural.

Vuelven a la esencia. A la sublime crudeza de la artesanía. A primitivas tradiciones contemporáneas. En cada prenda coexisten nuevos conceptos. Bordados y detalles folk inspirados en culturas reinterpretadas. Espigas de jacquard. Flores. Cuadros. Maxi rayas. Diseños que tocan emociones. Belleza a flor de piel.

The insubstantial coldness of technology has brought about ways of relating to one another that had lain dormant. What really matters is what touches our skin. Touch. Contact. Expansive experiences that linger in the memory. The deeper connections arise from the other's heartbeat. Touching we rediscover, and weave new stories.

The creations of Yerse AW17 approach everything that is natural and true.

They return to the essence, to sublime raw craftsmanship, to contemporary primitive traditions. In each new piece new concepts coexist. Embroidery and folk details inspired by reinterpreted cultures. Wheat ear jacquard, flowers, paintings, bold stripes. Designs that touch emotions. Exquisitely sensitive beauty.

080 Barcelona Fashion Showroom

Lloc / Lugar / Place: Altell del vestíbul del TNC

30 / 01 / 2017 - 03 / 02 / 2017

Tercera edició d'aquesta trobada internacional de compradors i marques catalanes dins de la passarel·la 080 Barcelona Fashion.

Durant les dues últimes edicions de la passarel·la de 2016 es va incorporar, com a novetat, aquest Showroom efímer, en el qual es presenten col·leccions de marques que desfilen en el 080 Barcelona Fashion juntament amb altres col·leccions de marques catalanes de prestigi. En total, més de 25 marques catalanes van participar en les dues edicions de 2016 en aquest esdeveniment de caràcter comercial.

Per organitzar aquest esdeveniment, el Consorci de Comerç, Artesania i Moda de la Generalitat de Catalunya va encarregar al Clúster Català de la Moda (Modacc) la recerca, selecció i invitació de compradors internacionals, així com també la captació de marques catalanes expositores i de l'organització d'agendes entre els compradors visitants i les marques participants.

El 080 Barcelona Fashion Showroom va acollir en aquest espai de promoció de moda catalana en l'última edició de juliol de 2016, 23 marques catalanes i 21 professionals compradors internacionals de 12 nacionalitats diferents (Corea, Japó, Xina, USA, Xile, Itàlia, Alemanya, Regne Unit, Grècia, Qatar, Dinamarca i Mèxic).



Tercera edición de este encuentro internacional de compradores internacionales y marcas catalanas dentro de la pasarela 080 Barcelona Fashion.

Durante las dos últimas ediciones de la pasarela de 2016 se incorporó, como novedad, este Showroom efímero, en el que se presentan colecciones de marcas que desfilan en el 080 Barcelona Fashion junto con otras colecciones de marcas catalanas de prestigio. En total, más de 25 marcas catalanas participaron en las dos ediciones de 2016 en este evento de carácter comercial.

Para organizar este acontecimiento, el Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de la Generalitat de Cataluña encargó al Clúster Catalán de la Moda (MODACC) la búsqueda, selección e invitación de compradores internacionales, así como también la captación de marcas catalanas expositoras y la organización de agendas entre los compradores visitantes y las marcas catalanas expositoras.

El 080 Barcelona Fashion Showroom acogió en este espacio de promoción de moda catalana en la última edición de julio de 2016, 23 marcas catalanas y 21 profesionales compradores internacionales de 12 nacionalidades diferentes (Corea, Japón, China, USA, Chile, Italia, Alemania, Reino Unido, Grecia, Qatar, Dinamarca y México.)



Third edition of this international meeting between buyers and catalán brands, during the 080 Barcelona Fashion.

During the last two editions, as a novelty, an ephemeral showroom was incorporated, where the brands participating in the 080 Barcelona Fashion as well as collections from many other prestigious brands showed their collections. In total, more than 25 Catalan brands participated in this new event of a commercial nature.

To organize this event, the Government of Catalonia commissioned the Catalan Fashion Cluster (Modacc) all the research, selection and invitation of international buyers, as well as the attraction of the exhibitors and the organization of the agendas between buyers and exhibitors.

During the last summer 2016 edition, the 080 Barcelona Fashion Showroom included 23 Catalan brands and 21 international professional buyers from 12 different nationalities took part (Korea, Japan, China, USA, Chile, Italy, Germany, UK, Greece, Qatar, Denmark and Mexico).

Contacte i informació / Contacto e información / Contact & information:

Susana Barasoain
sbarasoain@modacc.cat
www.modacc.cat
+34 934 151 228



Impulsant la competitivitat de la Moda Catalana:

El Clúster Català de la Moda (Modacc) és una organització sense ànim de lucre que integra més de 130 empreses que desenvolupen la seva activitat al voltant del negoci de la moda a Catalunya. Des del Clúster impulsem la competitivitat de l'Ecosistema Moda de Catalunya mitjançant iniciatives individuals i col·lectives de valor afegit orientades a les empreses del sector. Els valors que ens defineixen són la recerca de coneixement, la cooperació i el dinamisme de les empreses i persones que formem part del clúster.

La finalitat principal de l'entitat és fomentar la cooperació entre empreses i professionals, la promoció de serveis i iniciatives d'internacionalització, networking, formació, investigació, desenvolupament i innovació, així com qualsevol altra iniciativa orientada a la millora competitiva. Modacc té presència comercial als Estats Units, a l'Àsia, a Escandinàvia i a l'Amèrica del Sud. Les 130 empreses que actualment formen part del Clúster generen una facturació agregada de 1.500 milions d'euros, tenen presència comercial a més de 200 països i ocupen més de 5.000 professionals.

L'activitat del Clúster, en cooperació amb altres entitats públiques i privades, ha de facilitar el creixement de l'activitat econòmica, l'ocupació, la transferència entre creativitat i indústria, així com l'enfortiment de la marca Catalunya com un país líder en la indústria creativa del disseny i de la moda europea.



Impulsando la competitividad de la Moda Catalana:

El Clúster Catalán de la Moda (Modacc) es una organización sin ánimo de lucro, que integra a más de 130 empresas que desarrollan su actividad en torno al negocio de la moda en Cataluña. Desde el Clúster impulsamos la competitividad del ecosistema moda mediante iniciativas individuales y colectivas de valor añadido orientadas a las empresas del sector. Los valores que definen a Modacc son: búsqueda del conocimiento, cooperación y dinamismo de las empresas y personas que forman parte del Cluster.

La finalidad principal de la entidad es fomentar la cooperación entre empresas y profesionales, la promoción de servicios e iniciativas de internacionalización, networking, formación, investigación, desarrollo e innovación, así como cualquier otra iniciativa orientada a la mejora competitiva. Modacc tiene presencia comercial en USA, Asia, Escandinavia y Sudamérica. Las 130 empresas que actualmente forman parte de clúster generan una facturación agregada de 1.500 millones de euros, tienen presencia comercial en más de 200 países y ocupan a más de 5.000 profesionales.

La actividad del clúster en cooperación con otras entidades públicas y privadas, ha de facilitar el crecimiento de la actividad económica, la ocupación, la transferencia entre creatividad e industria así como el fortalecimiento de la marca Catalunya como un país líder en la industria creativa del diseño y de la moda europea.



Boosting competitiveness of Catalan Fashion:

The Catalan Fashion Cluster (Modacc) is a non-profit organization which includes more than 130 companies which are active in the fashion business in Catalonia. Modacc promotes competitiveness of the Catalan fashion ecosystem through individual and collective value added initiatives focused on companies from the sector.

The principles that define us are research for knowledge, cooperation and dynamism between companies and individuals from the cluster to improve and anticipate the future.

The main purpose of the organization is to promote cooperation between companies and professionals, promoting internationalization services and initiatives, networking, training, research, development and innovation, as well as any other competitive improvement oriented initiative. Modacc have commercial presence in USA, Asia, Scandinavia and South America. The 130 companies that are currently part of the Cluster generate an aggregate of 1,500 million euro turnover, have commercial presence in more than 200 countries and employ over 5,000 professionals.

The Cluster's activity in cooperation with other public and private entities is to facilitate the growth of economic activity, employment, transfer between creativity and industry as well as strengthening the Catalonia brand as a leader in the creative design industry and European fashion



INDIAN STREET FOOD & DRINKS
BARCELONA

Carrer del Consell de Cent, 236
08011, Barcelona
935 17 11 00

Carrer de Pau Claris, 92
08010, Barcelona
936 67 87 60

MADRID COMING SOON!
Calle Tudescos, 4
28004, Madrid



@suryabarcelona



/suryapauclaris /suryamuntaner



@suryabarcelona

WESTWING
HOME AND LIVING

La CASA
mejor vestida



www.westwing.es

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

www.ccam.cat
ccam@gencat.cat

Producció, Direcció artística i Càsting:
ESMA Proyectos

Prensa Nacional, RRPP i Patrocinis:
Equipo Singular

Prensa Internacional:
XXL Comunicación

Disseny gràfic i maquetació:
Mapiba disseny

Impressió:
Dilograf, SL

Edita:
© Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Coneixement
Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM)
C/ Puig i Xoriguer 11-13
08004 Barcelona

1a edició
500 exemplars
Barcelona, gener de 2017

Dipòsit Legal
B. 2491-2013

ISSN: 2014-3710

080barcelonafashion.cat

@080_bcn_fashion · #080BcnFashion



**Generalitat
de Catalunya**