

The background of the entire image is a dense, repeating pattern of red butterflies. The butterflies are rendered in a vibrant red color with black outlines, creating a textured, almost fabric-like appearance. They are scattered across the frame, with some overlapping others, creating a sense of depth and movement.

SPRING / SUMMER 2011

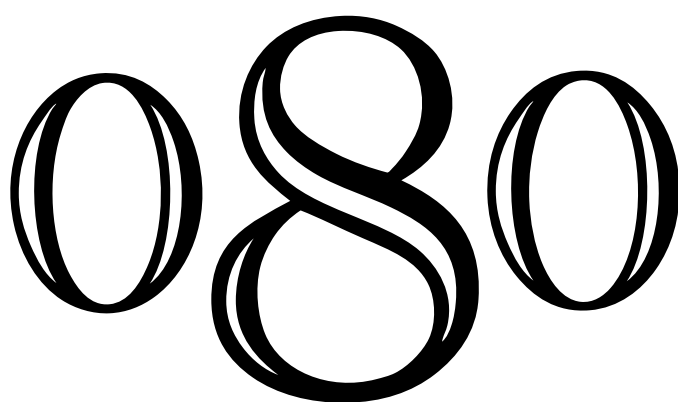
MODA INDEPENDENT

080

BARCELONA
F A S H I O N

SPRING / SUMMER 2011

MODA INDEPENDENT



BARCELONA
F A S H I O N

BENVINGUTS · BIENVENIDOS · WELCOME

EL CONCEPTE DE 080 BARCELONA FASHION

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

El 080 Barcelona Fashion va néixer el juliol del 2007, emmarcat dins el Pla de Dinamització de la Moda Catalana 2007-2010 que impulsa el Departament d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat de Catalunya, mitjançant el Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya, amb l'objectiu de ser una plataforma per donar visibilitat als dissenyadors independents i esdevenir un referent del disseny i la moda d'avantguarda a escala internacional.

Aquest any culminem l'etapa d'un pla que es va dissenyar amb la intenció de reactivar el sector tèxtil creant sinergies amb el disseny de moda que es fa avui dia a Catalunya i que, a banda de tenir com a objectiu el foment de la internacionalització, la vinculació entre creativitat i indústria, el suport financer i el suport al talent emergent, tenia com a objectiu l'organització d'un esdeveniment de moda a la ciutat de Barcelona que situés la capital catalana al panorama internacional del disseny i l'avantguarda.

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

Donada la importància del mercat, i gràcies a programes permanents com el Projecte Bressol, BePhysic i d'altres d'efimers però amb un important impacte comercial, com és el showroom del 080 Barcelona Fashion, en les darreres edicions s'ha aconseguit donar sortida comercial, de manera notable, a les col·leccions dels participants i, d'aquesta manera, donar resposta a les dificultats dels creadors independents per materialitzar i comercialitzar les seves col·leccions, tant dins com fora de les nostres fronteres.

080 Barcelona Fashion aposta per la "cultura de la moda" en un sentit integral i pretén ser més que una passarel·la de moda. Per a aquesta sisena edició s'ha organitzat una sèrie d'activitats paral·leles i taules rodones que de ben segur tindran una bona acollida i aprofitaran encara més la moda al carrer.

EL CONCEPTO DE 080 BARCELONA FASHION

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

080 Barcelona Fashion nació en julio de 2007, enmarcado dentro del Plan de Dinamización de la Moda Catalana 2007-2010 que impulsa el Departamento de Innovación, Universidades y Empresa de la Generalitat de Catalunya, mediante el Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Catalunya con el objetivo de ser una plataforma para dar visibilidad a los diseñadores independientes y convertirse en un referente del diseño y la moda de vanguardia a escala internacional.

Este año culminamos la etapa de un plan que se diseñó con la intención de reactivar el sector textil creando sinergias con el diseño de moda que se hace hoy en día en Catalunya y que, además de tener como objetivo el fomento de la internacionalización, la vinculación entre creatividad e industria, el respaldo financiero y el respaldo al talento emergente, tenía como objetivo la organización de un evento de moda en la ciudad de Barcelona que situara la capital catalana en el panorama internacional del diseño y la vanguardia.

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

Dada la importancia del mercado, y gracias a programas permanentes como el Projecte Bressol, BePhysic y otros efímeros pero con un importante impacto comercial, como el showroom del 080 Barcelona Fashion, en las últimas ediciones se ha conseguido dar salida comercial, de forma notable, a las colecciones de los participantes y, de este modo, dar respuesta a las dificultades de los creadores independientes para materializar y comercializar sus colecciones, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

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

THE 080 BARCELONA FASHION CONCEPT

Creativity and innovation are the concepts that inspire 080 Barcelona Fashion, without forgetting the importance of the market and the need to give fashion a commercial outlet.

080 Barcelona Fashion was conceived in July 2007, as part of the 2007-2010 Action Plan for Catalan Fashion promoted by the Ministry of Innovation, Universities and Enterprise of the Government of Catalonia working through the Consortium for Trade, Crafts and Fashion of Catalonia, its goal is to become a platform providing increased visibility for independent fashion designers and a benchmark for international avant-garde fashion and design.

This year sees the culmination of one phase of a plan that was designed with the intention of boosting the textile industry, creating synergies with today's fashion design in Catalonia and promoting internationalisation, strong ties between creativity and industry, financial backing and better support for emerging talent. At the same time, the plan aimed to organise a fashion event in the city of Barcelona that would place the Catalan capital firmly in the centre of the international avant-garde design scene.

This is the sixth edition of an event that, since its inaugural edition celebrated in July 2007, has grown and consolidated itself to the point where it now occupies an important place on the independent fashion circuit and has become an essential date in the avant-garde fashion and design calendar, transforming Barcelona into a top international showcase for the very latest Catalan and global trends.

Given the importance of the market, and thanks to permanent projects such as Projecte Bressol and BePhysic, and others of a more ephemeral nature but with a nonetheless important commercial impact, such as the 080 Barcelona Fashion Showroom, recent editions of the event have been able to provide the participants with a major commercial outlet for their work. In this way, the event responds to the difficulties that independent designers face when launching and marketing their collections, whether in national or international markets.

080 Barcelona Fashion is committed to the “culture of fashion” in the widest sense of the term and aims to be much more than just a fashion show. For this sixth edition, a series of parallel activities and round-table debates have been organised. We are confident that these activities will be well received and will help to take fashion out onto the street more than ever.

ÍNDEX · ÍNDICE · INDEX

10	Programa / Programa / Program
12	Exposicions / Exposiciones / Exhibitions
14	Jurat / Jurado / Jury members
22	Dissenyadors / Diseñadores / Designers
24	Miriam Ponsa
26	Josep Abril
28	Montse Liarte
30	Juan Antonio Ávalos
32	Cardona Bonache
34	Manish Arora
36	Bibian Blue
38	Krizia Robustella
40	Yiorgos Eleftheriades
42	Alexis Reyna
44	Juun. J
46	Manuel Bolaño
48	Celia Vela
50	Stefania Borrás
52	Songzio
54	Karlotalaspalas
56	Lee Jean Youn
58	Jan Iú Més
60	Showroom
70	Patrocinadors / Patrocinadores / Sponsors
80	Col·laboradors / Colaboradores / Contributors
95	Notes / Notas / Notes

DESFILADES / DESFILES / FASHION SHOWS

13 / 07 / 2010

16.00h	Miriam Ponsa	Dona / Mujer / Woman
17.00h	Josep Abril	Home / Hombre / Man
18.30h	Montse Liarte	Dona / Mujer / Woman
19.30h	Juan Antonio Ávalos	Home / Hombre / Man
20.30h	Cardona Bonache	Dona / Mujer / Woman
21.30h	Manish Arora	Dona / Mujer / Woman

14 / 07 / 2010

12.00h	Bibian Blue	Dona / Mujer / Woman
16.00h	Krizia Robustella	Dona / Mujer / Woman
17.00h	Yiorgos Eleftheriades	Dona i Home / Mujer y Hombre / Woman and Man
18.30h	Alexis Reyna	Dona / Mujer / Woman
19.30h	Juun. J	Home / Hombre / Man
20.30h	Manuel Bolaño	Dona / Mujer / Woman

15 / 07 / 2010

12.00h	Celia Vela	Dona / Mujer / Woman
16.00h	Stefania Borrás	Dona / Mujer / Woman
17.00h	Sòngzio	Home / Hombre / Man
18.30h	Karlotalaspalas	Home / Hombre / Man
19.30h	Lee Jean Youn	Dona / Mujer / Woman
20.30h	Lliurament de Premis	
20.30h	Jan Iú Més	Home / Hombre / Man

SHOWROOM

13 / 07 / 2010

14.00h - 20.00h

14 / 07 / 2010

10.00h - 20.00h

15 / 07 / 2010

10.00h - 20.00h

MÚSICA / MÚSICA / MUSIC

13 - 14 / 07 / 2010

Morgan Club

Lloc / Lugar / Place:
Village (Plaça de l'Univers)

17.30 h

Cal tenir invitació de Village / Hay que tener invitación de Village / You must have a Village invitation

CADA DIA / CADA DÍA / EACH DAY

Dj sessions

Lloc / Lugar / Place:
Village (Plaça de l'Univers)

Cal tenir invitació de Village / Hay que tener invitación de Village / You must have a Village invitation

FESTA / FIESTA / PARTY

15 / 07 / 2010

Festa Oficial
Fiesta Oficial
Official Party

Lloc / Lugar / Place:
Village (Plaça de l'Univers)

23.30 h

Cal tenir invitació / Se requiere invitación / By invitation only

TAULES RODONES / MESAS REDONDAS / ROUND-TABLE DEBATES

Cal inscriure's per participar / Es necesario inscribirse para participar / You must be registered in order to participate:

www.080barcelonafashion.com

14 / 07 / 2010

13.00h

Compres de moda online
Compras de moda online
Buying fashion online

Lloc / Lugar / Place:
Multidisciplinària, Pavelló I
Multidisciplinar, Pabellón I
Multidisciplinary Area, Pavilion I

14 / 07 / 2010

17.30h

El perfil del blogger a examen
El perfil del blogger a examen
Examining the profile of a blogger

Lloc / Lugar / Place:
Multidisciplinària, Pavelló I
Multidisciplinar, Pabellón I
Multidisciplinary Area, Pavilion I

15 / 07 / 2010

13.00h

El futur de la moda independent
enfrent del poder de les grans
cadenes tèxtils

El futuro de la moda independiente
frente al poder de las grandes
cadenas textiles.

The future of independent fashion
in the face of the power
of the big brands.

Lloc / Lugar / Place:
Multidisciplinària, Pavelló I
Multidisciplinar, Pabellón I
Multidisciplinary Area, Pavilion I

OFF

13 / 07 / 2010

00.00 h

Festa benvinguda 080 per Shôko
Fiesta bienvenida 080 por Shôko
080 welcome party by Shôko

Lloc / Lugar / Place:
Shôko Barcelona
Passeig Marítim de la Barceloneta, 36

Cal tenir invitació / Se requiere invitación / By invitation only

14 / 07 / 2010

22.00 h

Còctel La Roca Village-Condé
Nast Traveler. Presentació de la guia
The Chic Guide to Europe

Cóctel La Roca Village-Condé
Nast Traveler. Presentación de la guía
The Chic Guide to Europe

La Roca Village-Condé Nast Traveler
cocktail party. Presentation of the
guidebook The Chic Guide to Europe

Lloc / Lugar / Place:
Mellow Beach Club by Custo
(Passeig del Mare Nostrum, 19-21,
als baixos de l'hotel W)

Cal tenir invitació / Se requiere invitación / By invitation only

EXPOSICIONS / EXPOSICIONES / EXHIBITIONS

13 / 07 / 2010

13.00h - 21.30h

14 / 07 / 2010

10.00h - 21.30h

15 / 07 / 2010

10.00h - 21.30h

Joia Hall

Lloc / Lugar / Place:

Pavelló I / Pabellón I / Pavilion I

Cal tenir acreditació de 080 (només per a professionals)

Hay que tener acreditación de 080 (sólo para profesionales)

You must have an 080 accreditation (only professionals)

La Setmana de la Joieria Contemporània de Barcelona 2010 s'uneix a 080 Barcelona Fashion a través d'un espai singular que acollirà una exposició conceptual amb les obres dels artistes que participen a l'esdeveniment, unint d'aquesta manera la joieria contemporània i la moda tèxtil.

La Semana de la Joyería Contemporánea de Barcelona 2010 se une a 080 Barcelona Fashion a través de un espacio singular que acogerá una exposición conceptual con las obras de los artistas que participan en el acontecimiento, uniendo de este modo la joyería contemporánea y la moda textil.

Barcelona Contemporary Jewellery Week 2010 joins with 080 Barcelona Fashion through a remarkable space that will be hosting a conceptual exhibition featuring the work of the artists participating in the event, thereby bringing together the worlds of contemporary jewellery and fashion.

Retrospectrum, Studio Harcourt and Romain Kremer

Lloc / Lugar / Place:

Pavelló I / Pabellón I / Pavilion I

Cal tenir acreditació de 080 (només per a professionals)

Hay que tener acreditación de 080 (sólo para profesionales)

You must have an 080 accreditation (only professionals)

Harcourt és un mític estudi parisenc on es fotografien celebritats, actors i polítics des de 1934. Romain Kremer és un dissenyador que presenta a París col·leccions innovadores des de la temporada 2005-2006. Studio Harcourt i Romain Kremer han portat a terme una col·laboració en forma d'exposició anomenada RETROSPECTRUM, que recull una sèrie de fotografies fetes sense flaix a l'Studio Harcourt realitzades per Romain Kremer. Aquesta exposició va ser publicada en exclusiva al Vogue Hommes japonès per Nicola Formichetti.

Harcourt es un mítico estudio parisino donde se fotografía a celebridades, actores y políticos desde 1934. Romain Kremer es un diseñador que presenta en París innovadoras colecciones desde la temporada 2005-2006. Studio Harcourt y Romain Kremer han llevado a cabo una colaboración en forma de exposición llamada RETROSPECTRUM, que recoge una serie de fotografías realizadas sin flash en el Studio Harcourt realizadas por Romain Kremer. Esta exposición fue publicada en exclusiva en el Vogue Hommes japonés por Nicola Formichetti.

Studio Harcourt is a legendary Paris studio which has been photographing celebrities, actors and politicians since 1934. Romain Kremer is a designer who has been presenting innovative collections in Paris since the 2005-2006 season. Now, Studio Harcourt and Romain Kremer have come together to collaborate on the exhibition called RETROSPECTRUM, a series of photographs made without flash lighting at Studio Harcourt by Romain Kremer. This exhibition was published exclusively in Vogue Hommes Japan by Nicola Formichetti.

Portraits of an obsession, by Yo Dona

Lloc / Lugar / Place:

Village (Plaça de l'Univers)

Cal tenir invitació de Village

Hay que tener invitación de Village

You must have a Village invitation

El fotògraf Ruven Afanador retrata la Bimba Bosé, model accidental, cantant vocacional, musa, ideòloga i sòcia de David Delfín, integrant d'una nissaga d'artistes, en una producció que juga amb l'androgínia que tantes vegades s'ha associat amb la vocalista de The Cabriolets. Bimba experimenta amb el seu costat masculí i posa entre dissenys d'Alta Costura i joies de Suárez en un palau versallesc. Retrat d'una dona amb fons de cavaller.

El fotógrafo Ruven Afanador retrata a Bimba Bosé, modelo accidental, cantante vocacional, musa, ideóloga y socia de David Delfín, e integrante de una saga de artistas, en una producción que juega con la androgynia que tantas veces se le ha atribuido a la vocalista de The Cabriolets. Bimba experimenta con su lado masculino y posa entre diseños de Alta Costura y joyas de Suárez en un palacio versallesco. Retrato de una mujer con fondo de caballero.

The photographer Ruven Afanador depicts Bimba Bosé, accidental model, singer by vocation, muse, ideologist and partner in Davidelfin, member of a whole dynasty of artists in a production that plays with the idea of androgyny, so often been associated with the vocalist of The Cabriolets. Bimba experiments with her masculine side and poses with haute couture designs and jewellery by Suárez in a Versailles-esque palace. Portrait of a Woman with Gentlemanly Disposition.

Rolling Stones Fashion

Lloc / Lugar / Place:

Pavelló I / Pabellón I / Pavilion I

Cal tenir acreditació de 080
(només per a professionals)

Hay que tener acreditación de
080 (sólo para profesionales)

You must have an 080
accreditation (only professionals)

Si hi ha un grup que ha marcat tendència, que ha estat pioner en la manera de vestir i que ha sabut adaptar-se a cada dècada amb elegància i estil, és The Rolling Stones. Format l'any 1962 i sobre els escenaris encara a l'actualitat i en plena forma, el grup ha estat la bandera estilística de diverses generacions, de les més hippy a les més rock, de l'elegància clàssica de Charlie Watts a la modernitat plena de color de Mick Jagger, del bohemian hippy de Keith Richards al pure rock de Ron Wood. Tot un món dins una banda. L'exposició és una iniciativa del Museu del Rock de Barcelona (Col·lecció Jordi Tardà).

Si hay un grupo que ha marcado tendencia, que ha sido pionero en su forma de vestir y que ha sabido adaptarse a cada década con elegancia y estilo es, sin duda, The Rolling Stones. Formado en el año 1962 y sobre los escenarios aún en la actualidad y en plena forma, el grupo ha sido la bandera estilística de diversas generaciones, de las más hippy a las más rock, de la elegancia clásica de Charlie Watts a la modernidad llena de color de Mick Jagger, del bohemian hippy de Keith Richards al pure rock de Ron Wood. Todo un mundo dentro de una banda. La exposición es una iniciativa del Museo del Rock de Barcelona (Colección Jordi Tardà).

If there's one band that has continually set the trends, led the way with its dress code and been able to adapt to each new decade with elegance and style, that band has to be the Rolling Stones. Formed back in 1962 and still going strong on the stage today, the different band members have been the stylistic standard bearers for several generations, from the most far-out hippy to the purest rocker, from the classical elegance of Charlie Watts and the colourful modernity of Mick Jagger, to the bohemian hippy of Keith Richards and the pure rock of Ron Wood. A whole world within a band. This exhibition is an initiative by the Barcelona Museum of Rock – Jordi Tardà collection.

ALTRES / OTROS / OTHER

Guia de Botigues de Moda Independent a Catalunya

Guía de Tiendas de Moda Independiente en Catalunya

Guide of Independent Fashion in Catalonia

Lloc / Lugar / Place:

Showroom

El Consorci de Comerç, Artesania i Moda s'encarrega de difondre la moda catalana dins i fora del territori. Un dels seus objectius prioritaris és establir els vincles necessaris entre el disseny independent i la seva comercialització. L'objectiu de la Guia de Moda Independent a Catalunya és millorar l'accessibilitat i la visibilitat de la moda independent al territori català. La Guia pretén convertir-se en una eina per dinamitzar la presència de les col·leccions de moda independent als diferents punts de venda, siguin monomarca o multimarca.

El Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Catalunya se encarga de difundir la moda catalana dentro y fuera del territorio. Uno de sus objetivos prioritarios es establecer los vínculos necesarios entre el diseño independiente y su comercialización. El objetivo de la Guía de Moda Independiente en Catalunya es mejorar la accesibilidad y la visibilidad de la moda independiente en el territorio catalán. La Guía pretende convertirse en una herramienta para dinamizar la presencia de las colecciones de moda independiente en los diferentes puntos de venta, ya sean monomarca o multimarca.

The Consortium for Trade, Crafts and Fashion of Catalonia works to promote Catalan fashion locally, nationally and internationally. One of its primary objectives is to establish vital links between independent design and its commercialization. The goal of the Guide to Independent Fashion in Catalonia is to improve the accessibility and the visibility of independent fashion from Catalonia. The guide aims to become a tool for invigorating the presence of independent fashion collections at different sales outlets, be they multi- or single-brand.

The 080 Shop by La Roca Village

Lloc / Lugar / Place:

Village (Plaça de l'Univers)

Cal tenir invitació de Village

Hay que tener invitación de Village

You must have a Village invitation

Botiga efímera on es podran trobar peces d'alguns dels dissenyadors que desfilen i de dissenyadors i marques presents al showroom.

Tienda efímera donde se podrán encontrar piezas de algunos de los diseñadores que desfilan y de diseñadores y marcas presentes en el showroom.

Temporary shop where visitors will be able to find pieces by some of the designers presenting their creations on the catwalk and by brands featured in the showroom.



The image features a black background with several large, vibrant red leaves on the left side. The leaves have a detailed, textured appearance with visible veins. On the right side, the text 'JURAT JURADO JURY' is written in a white, serif font, stacked vertically.

JURAT
JURADO
JURY

JURAT · JURADO · JURY

DONALD POTARD

Donald Potard va crear i ara gestiona Agent de Luxe, després d'haver estat director executiu de Maison Jean-Charles de Castelbajac, president de l'associació professional francesa de modistes i dissenyadors de prêt-à-porter i, durant més de 20 anys, director del grup Jean-Paul Gaultier. Ha creat i desenvolupat la seva agència per oferir una porta d'accés als codis del sector dels articles de luxe i com a fantàstica font de creativitat per al negoci.

Donald Potard creó y ahora gestiona Agent de Luxe, tras haber sido director ejecutivo de Maison Jean-Charles de Castelbajac, presidente de la asociación profesional francesa de costureros y diseñadores de prêt-à-porter y, durante más de 20 años, director del grupo Jean-Paul Gaultier. Ha creado y desarrollado su agencia para ofrecer una puerta de acceso a los códigos del sector de los artículos de lujo y como fantástica fuente de creatividad para el negocio.

Donald Potard set up and now runs the Agent de Luxe agency after working as CEO of Maison Jean Charles de Castelbajac, chairing the trade association for the ready-to-wear industry couturiers and designers and leading, for more than 20 years, the Jean-Paul Gaultier group. He has built the agency into a key point of access to the luxury goods industry and a fabulous source of creativity for business to draw upon.

LAURA LARBALESTIER

Laura Larbalestier es va criar a Chicago. Es va traslladar a Londres per estudiar al London College of Fashion. Després de graduar-se, va començar a treballar per a Selfridges, fa sis anys i mig. Va ascendir poc a poc dins la secció de moda femenina i es va fer càrrec del departament de compres de 3 divisions diferents. Actualment és la responsable de la secció de moda femenina internacional.

Laura Larbalestier se crió en Chicago. Se mudó a Londres para estudiar en el London College of Fashion. Tras graduarse, comenzó a trabajar para Selfridges, hace ya seis años y medio. Ascendió poco a poco en la sección de moda femenina y se hizo cargo del departamento de compras de 3 divisiones diferentes. Actualmente es la responsable de la sección de moda femenina internacional.

Laura Larbalestier grew up in Chicago. She moved to London to attend the London College of Fashion. After graduating, she began working at Selfridges, six and a half years ago. She has worked her way up in womenswear, buying for 3 different areas within the store. Laura is now in charge of their international women's department.

JURAT · JURADO · JURY

MARIA LUISA

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

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

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

MARK TUNGATE

Mark Tungate és un escriptor britànic que resideix a París. És autor de diversos llibres sobre el món de la moda, les marques i els mitjans de comunicació, com Fashion Brands: Branding Style > From Armani to Zara (publicat en castellà amb el títol Marcas de moda. Marcar estilo desde Armani a Zara) i Adland: A History of Advertising (en castellà, El universo publicitario). A més, és el corresponsal a París del lloc web d'anàlisi de tendències WGSN.com, columnista per a la revista francesa Strategies i professor a la Parsons Paris School of Art and Design.

Mark Tungate es un escritor británico que reside en París. Es autor de varios libros acerca del mundo de la moda, las marcas y los medios de comunicación, como Fashion Brands: Branding Style > From Armani to Zara (publicado en español bajo el título Marcas de moda. Marcar estilo desde Armani a Zara) y Adland: A History of Advertising (en castellano, El universo publicitario). Además, es el corresponsal en París del sitio web de análisis de tendencias WGSN.com, columnista para la revista francesa Strategies y profesor en la Parsons Paris School of Art and Design.

Mark Tungate is a British writer based in Paris. He is the author of several books about fashion, branding and the media, including "Fashion Brands: Branding Style > From Armani to Zara" and "Adland: A History of Advertising". In addition, he is the Paris correspondent for the trends forecasting site WGSN.com, columnist for the French magazine Strategies and professor at Parsons Paris School of Art and Design.

JEAN PAUL CAUVIN

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

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

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

JURAT · JURADO · JURY

TAKASHI YOKOYAMA

Va començar a treballar a Europa amb la companyia Yohji Yamamoto a París, amb control sobre MD, Image Branding i franquícies (Londres, Anvers, París). Després de 8 anys treballant amb Yohji Yamamoto, va crear la seva pròpia empresa, TMH, que inclou les marques Takashi Yokoyama i Est-ce que, amb venda a l'engròs, la seva pròpia botiga a París i l'exposició de 15 anys de dissenys de brodats. Actualment exerceix de supervisor de la divisió PR01 a París per a H.P. FRANCE S.A. PR01 organitza la major fira del sector a Tòquio i edita la guia de moda japonesa més coneguda. Takashi també s'encarrega del nou showroom europeu de nous dissenyadors japonesos situat a París i de l'oficina de premsa de PR01 a Tòquio, que treballa amb unes 70 marques, incloses Cacharel, John Lawrence Sullivan, UGG Australia, Dress Camp i Kristina-T.

Comenzó su trabajo en Europa con la compañía Yohji Yamamoto en París, con control sobre MD, Image Branding y franquicias (Londres, Amberes, París). Tras 8 años trabajando con Yohji Yamamoto, creó su propia empresa, TMH, que incluye sus marcas Takashi Yokoyama y Est-ce que, con venta al por mayor, su propia tienda en París y la exposición de 15 años de diseños de bordados. En la actualidad ejerce de supervisor de la división PR01 en París para H.P. FRANCE S.A. PR01 organiza la mayor feria del sector en Tokio y edita la guía de moda japonesa más conocida. Takashi también está a cargo del nuevo showroom europeo de nuevos diseñadores japoneses situado en París y de la oficina de prensa de PR01 en Tokio, que trabaja con alrededor de 70 marcas, incluidas Cacharel, John Lawrence Sullivan, UGG Australia, Dress Camp y Kristina-T.

Takashi Yokoyama started work in Europe with the Yohji Yamamoto company in Paris - MD, Image Branding, franchise shop control (London, Antwerp, Paris). After eight years working with the Yohji Yamamoto company, he started up his own company, TMH, presenting the private labels Takashi Yokoyama and Est-ce que. He opened his own shop in Paris, putting on a 15 year cutwork show. His current position is Supervisor of the PR01 division in Paris for H.P. FRANCE S.A. With Japan PR01, he organised the biggest tradeshow in Tokyo, and published the most famous Japanese fashion guidebook. He also produced a new Japanese designers showroom for Europe in Paris and works with the PR01 press office in Tokyo (working with Cacharel, John Lawrence Sullivan, UGG Australia, Dress Camp, Kristina-T, and around 70 other brands).

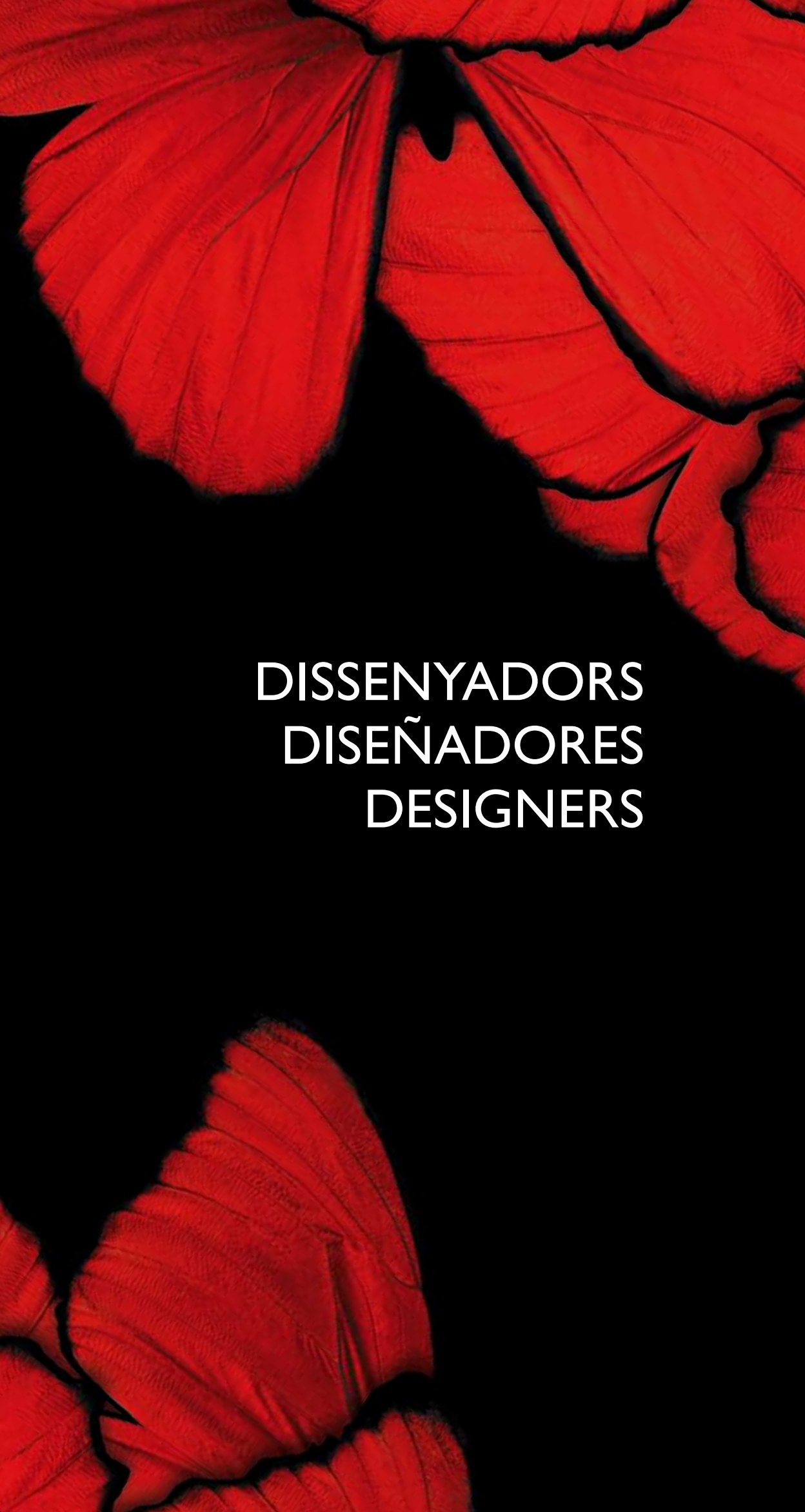
JOSE CASTRO

Destacat dissenyador d'origen gallec establert a Catalunya. Diplomant en moda masculina pel Royal College of Art de Londres l'any 1999, Jose Castro compta amb nombrosos premis internacionals, entre els quals hi destaquen el premi a la innovació, creativitat i presentació del Royal College of Art Society de Londres i el premi Novel designer de Marie Claire (2008/2009). Col·labora com a freelance amb Dolce Gabbana, Alexander McQueen, Givenchy i Max Mara. L'any 2004 obre el seu propi estudi, des d'on ha treballat per a diferents marques com Desigual o Bershka, entre d'altres. Algunes de les seves creacions han aparegut al film "Sexo en Nueva York". Ha desfilat a 080 Barcelona Fashion, Cibeles (premi L'Oréal primavera-estiu 2010) i en diverses ocasions a París, en el marc de la Setmana dels Creadors, i ha aconseguit ser membre de la Federació francesa d'alta costura i prêt-à-porter. També ha estat guanyador de la primera sessió de la Maison de la Création a Marsella.

Destacado diseñador de origen gallego establecido en Catalunya. Diplomado en moda masculina por el Royal College of Art de Londres en 1999, Jose Castro cuenta con numerosos premios internacionales, entre los cuales destacan el premio a la innovación, creatividad y presentación del Royal College of Art Society de Londres y el premio Novel designer de Marie Claire (2008/2009). Colabora como freelance con Dolce Gabbana, Alexander McQueen, Givenchy y Max Mara. En 2004 abre su propio estudio, desde donde ha trabajado para diferentes marcas como Desigual o Bershka, entre otras. Algunas de sus creaciones han aparecido en el film "Sexo en Nueva York". Ha desfilado en 080 Barcelona Fashion, Cibeles (premio L'Oréal primavera-verano 2010) y, en varias ocasiones, en París, en el marco de la Semana de los Creadores, y ha conseguido ser miembro de la Federación francesa de alta costura y prêt-à-porter. También ha sido ganador de la primera sesión de la Maison de la Création en Marsella.

Distinguished designer, of Galician origin, now based in Catalonia. Graduating in fashion menswear from London's Royal College of Art in 1999, Jose Castro has won numerous international prizes, including the Royal College of Art Society prize for Innovation, Creativity and Presentation, and the Marie Claire Novel Designer prize (2008/2009). As a freelancer, he has collaborated with Dolce & Gabbana, Alexander McQueen, Givenchy and Max Mara. In 2004, he opened his own studio, where he has worked for brands such as Desigual and Bershka, among others. Some of his creations appeared in the movie of Sex and the City. His work has been paraded at 080 Barcelona Fashion, Cibeles (L'Oréal Prize, spring-summer 2010) and several times in Paris, as part of the Creators' Week. He is a member of the Fédération Française de la Couture. He has also won the first session of the Maison de la Création, in Marseilles.



The image features a close-up of red butterfly wings against a solid black background. The wings are positioned at the top and bottom of the frame, with their intricate vein patterns and scalloped edges clearly visible. The vibrant red color of the wings contrasts sharply with the dark background.

DISSENYADORS
DISEÑADORES
DESIGNERS

MIRIAM PONSA

13 / 07 / 2010 16:00h



BIOGRAFIA

Aquesta dissenyadora catalana originària de Manresa prové d'una família amb una antiga tradició tèxtil que es remunta a principis del segle XIX.

Tot va començar quan la Miriam Ponsa va reformar l'espai de l'antiga fàbrica familiar per instal·lar-hi el seu taller. Reconeix que l'ambient que es respira en aquest lloc té quelcom màgic que li recorda la seva infantesa i que, alhora, s'apropa a la seva feina d'una manera irremeiable.

Miriam Ponsa obre les portes del seu món amb la seva primera botiga pròpia a Barcelona, a la zona del Born (c/ Princesa, 14), on dóna forma a un espai totalment personal. I fa poc ha obert una segona botiga a la zona del Raval de Barcelona.

La firma Miriam Ponsa és reconeguda per la seva feina minuciosa de patronatge i combinació de teixits. La línia que Miriam Ponsa proposa té quelcom especial que la vincula a les seves creences i la fa experimentar amb textures a través del làtex i altres materials atípics per a la confecció. La dissenyadora estudia noves tècniques per aconseguir textures i acabats exclusius.

Aquesta investigació l'ha dut a crear el mobiliari de la seva botiga i altres encàrrecs personals. Presenta les seves peces exclusives creades amb làtex a través de desfilades, i la seva producció es limita a peces úniques per encàrrec.

Ha estat una de les guanyadores de la darrera edició (gener 2010) del 080 Barcelona Fashion.

BIOGRAFÍA

Esta diseñadora catalana originaria de Manresa procede de una familia con una antigua tradición textil que se remonta a principios del siglo XIX.

Todo empezó cuando Miriam Ponsa decidió reformar el espacio de la antigua fábrica familiar para instalar en ella su taller. Reconoce que el ambiente que se respira en este lugar tiene algo mágico que le recuerda a su infancia y que, al mismo tiempo, se acerca a su trabajo de un modo irremediable.

Miriam Ponsa abre las puertas de su mundo con su primera tienda propia en Barcelona, en la zona del Borne (c/ Princesa, 14), donde da forma a un espacio totalmente personal. Y recientemente ha abierto una segunda tienda en la zona del Raval de Barcelona.

La firma Miriam Ponsa es reconocida por su delicado trabajo de patronaje y combinación de tejidos. La línea que propone Miriam Ponsa tiene algo especial que la vincula a sus creencias y la hace experimentar con texturas a través del látex y otros materiales atípicos para la confección. La diseñadora estudia nuevas técnicas para conseguir texturas y acabados exclusivos.

Esta investigación la ha llevado a crear el mobiliario de su tienda y otros encargos personales. Presenta sus prendas exclusivas creadas con látex a través de desfiles, y su producción se limita a prendas únicas por encargo.

Ha sido una de las ganadoras de la última edición (enero 2010) del 080 Barcelona Fashion.

BIOGRAPHY

This Catalan designer who is originally from Manresa comes from a family with a long textile tradition that goes back to the beginnings of the 19th century.

Everything started when Miriam Ponsa decided to refurbish the space of the old family factory and to install her studio there. She acknowledges that the atmosphere you can take in at this place has something magical, which reminds her of her childhood and which at the same time brings her closer to her work in an irremediable way.

Miriam Ponsa opens the doors to her world with her first shop in Barcelona in the Born area (c/Princesa 14), which she has turned into a totally personal space. Recently, she has opened a second shop in the Raval area in Barcelona.

The name of Miriam Ponsa is known for its delicate work of pattern making and the combination of materials. The line Miriam Ponsa now proposes has something special, which unites her with her beliefs and lets her experiment with textures by using latex and other atypical materials in her dress making. The designer studies new techniques to achieve exclusive textures and finishes.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Miriam Ponsa

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Miriam Ponsa

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

CREASILK, S.L.

C/ Bruc, 23 - 25

08241 Manresa, (SP)

TEL. +34 938 721 758

FAX +34 938 728 753

info@miriamponsa.com

www.miriamponsa.com

This investigation has taken her to creating the furniture of her shop and other personal orders. She presents her exclusive clothing that is created with latex at fashion shows; her production is limited to unique pieces she makes on order.

She was one of the winners at the latest edition (January 2010) of 080 Barcelona Fashion.

**COL·LECCIÓ****Espantaocells****Primavera-estiu 2010-2011**

“Espantaocells” estableix llaços amb la natura, juga amb materials relacionats amb la terra i intenta acostar-nos al camp a través dels colors, els teixits i les formes.

Es teixeixen manualment el fil creat amb làtex i el paper japonès de gramatge ultralleuger.

Es tricota manualment la goma elàstica de colors. Es formen trenes de teixits de la col·lecció per teixir-les de forma artesanal.

Els teixits tintats han estat metòdicament estudiats amb fórmules i tècniques úniques per aconseguir l'aspecte erosionat i envellit de les peces. La tintura en fred, el rentat amb fang i altres tècniques de tintura especial han estat aplicades amb cura en aquesta col·lecció.

S'utilitzen tints naturals per aconseguir una paleta de colors en sintonia amb la naturalesa.

Es treballa directament a l'aire lliure amb elements recol·lectats del camp i del bosc.

Els teixits són de cotó 100% i cotó/seda. S'utilitzen teixits d'origen africà d'estampació artesanal i tintura natural.

COLECCIÓN**“Espantaocells”****Primavera-verano 2010-2011**

“Espantapájaros” establece lazos con la naturaleza, juega con materiales relacionados con la tierra e intenta acercarnos al campo a través de los colores, los tejidos y las formas.

Se tejen manualmente el hilo creado con látex y el papel japonés de gramaje ultraligero.

Se tricota manualmente la goma elástica de colores. Se forman trenzas con tejidos de la colección para luego tejerlas de forma artesanal.

Los tejidos tintados han sido metódicamente estudiados a través de fórmulas y técnicas únicas para conseguir el aspecto erosionado y envejecido de las piezas. La tintura en frío, el lavado con barro y otras técnicas de tintura especial han sido cuidadosamente aplicadas en esta colección.

Se utilizan tintes naturales para conseguir una paleta de colores en sintonía con la naturaleza.

Se trabaja directamente al aire libre con elementos recolectados del campo y del bosque.

Los tejidos son de algodón 100% y algodón/seda. Se utilizan tejidos de origen africano con estampaciones artesanales y tintes naturales.

COLLECTION**“Espantaocells”****Spring-summer 2010-2011**

“Espantapájaros” (scarecrow) establishes links with nature, plays with materials related to the earth and attempts to bring us closer to the natural environment through colours, fabrics and shapes.

Thread created from latex and ultra-lightweight Japanese paper are weaved by hand.

Coloured elastic strips are knitted by hand. Fabrics from the collection are plaited together and then painstakingly weaved.

The dyed fabrics have been methodically studied by means of unique formulas and techniques in order to achieve the eroded, aged look of the pieces. Cold-dyeing, clay washing and other special colouring techniques have been carefully used for this collection.

Natural dyes are used to achieve a colour palette that is in harmony with nature.

The designer has worked in situ in the open air with elements gathered from the countryside and the woods.

The fabrics are 100% cotton and cotton/silk mixes. African fabrics with handmade prints and natural dyes have also been used.

JOSEP ABRIL

13 / 07 / 2010 17:00h



BIOGRAFIA

Neix a Barcelona l'any 1962. Estudia Belles Arts. Estudia Disseny de Moda a EATM de Barcelona. Viu i treballa a Barcelona.

Crea la seva pròpia marca al 1996. Josep Abril és una col·lecció d'home. Actualment es comercialitza a través de showrooms i es presenta amb una desfilada a Madrid. Des del 2003 és director creatiu de la col·lecció Armand Basi One home, presentada a París des del 2007.

2006: neix el projecte "Bespoke" de sastreria a mida. 2007: llança la línia "Uniformed by" d'uniformes de luxe, imparteix classes i tallers a diferents escoles de disseny: I.E.D., ESDI i Elisava. És consultor extern de tesines a l'I.E.D.

1991: guanya el primer premi Gaudí per a nous dissenyadors. 2004: rep el premi GQ al millor dissenyador d'home nacional. 2008: rep el premi "Barcelona és moda" al millor professional.

BIOGRAFÍA

Nace en Barcelona en 1962. Estudia Bellas Artes. Estudia Diseño de Moda en EATM de Barcelona. Vive y trabaja en Barcelona.

Crea su propia firma en 1996. Josep Abril es una colección de hombre. Actualmente se comercializa a través de showrooms y se presenta con un desfile en Madrid. Desde 2003 es director creativo de la colección Armand Basi One hombre, presentada en París desde 2007.

2006: nace el proyecto "Bespoke" de sastrería a medida. 2007: lanza la línea "Uniformed by" de uniformes de lujo, imparte clases y talleres en diferentes escuelas de diseño: I.E.D., ESDI y Elisava. Es consultor externo de tesinas en I.E.D.

1991: gana el primer premio Gaudí para nuevos diseñadores. 2004: recibe el premio GQ al mejor diseñador de hombre nacional. 2008: recibe el premio "Barcelona es moda" al mejor profesional.

BIOGRAPHY

Born in Barcelona in 1962. Studied Fine Art. Studied Fashion Design at EATM in Barcelona. Lives and works in Barcelona.

Created his own menswear label, Josep Abril, in 1996. Currently on sale through showrooms and paraded in Madrid. Since 2003 he has been the creative director of the Armand Basi One menswear collection, presented in Paris since 2007.

2006 - The "Bespoke" line of tailored clothing is born. 2007 - Launches the "Uniformed by" line of luxury uniforms. Gives classes and workshops at different design schools, such as IED, ESDI and Elisava. External dissertation consultant at IED.

1991 - Wins the first Gaudí new designers prize. 2004- Receives the GQ prize for best national menswear designer. 2008 - Receives the "Barcelona is fashion" prize for best professional.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Josep Abril

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Josep Abril

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

C. Concell de Cent, 159
08015, Barcelona, Espanya

TEL. +34 934 536 892

FAX +34 934 536 892

www.josepabril.com

contact@josepabril.com



COL·LECCIÓ

LUXURY

El temps és el gran luxe: el “no temps”. Estiu versus hivern, lleuger versus pesat, passat versus futur.

Blanc, negre, gris, magenta i cobalt, com sempre, llana freda, cotó, lli...

.....

COLECCIÓN

LUXURY

El tiempo es el gran lujo: el “no tiempo”. Verano versus invierno, ligero versus pesado, pasado versus futuro.

Blanco, negro, gris, magenta y cobalto, como siempre, lana fría, algodón, lino...

.....

COLLECTION

LUXURY

The weather is the real luxury: the “non-weather”. Summer versus winter, light versus heavy, past versus future.

White, black, grey, magenta and cobalt, as always cool wool, cotton, linen...

.....

MONTSE LIARTE

13 / 07 / 2010 18:30h



BIOGRAFIA

Diplomada en Disseny de moda el 2006 a l'escola BAU (Barcelona), va completar els estudis amb cursos de sastreria i perfeccionament de tècniques de costura.

Comença a treballar amb Elisa Amann en la segona línia de Josep Font i també per a Desigual.

El 2007 guanya el premi Modafad a la millor col·lecció 2007 i el premi Gilles-Rosier París, dins dels Premis Catalunya de Dissenyadors Emergents 2007.

El 2008 es trasllada a treballar a París i passa a formar part de l'equip del dissenyador Lutz, amb qui treballa diferents àrees com el patronatge, el disseny, la producció, etc.

El gener de 2009 torna a Barcelona i crea la seva pròpia marca: Montse LiarTE, basada en una línia personal, estructurada, sòbria i urbana, que pren els valors tradicionals del vestir i els transforma en un estil modern, emprant la sastreria i donant al detall la importància que es mereix dins de les peces. Com les persones, les peces estan plenes de petits matisos que són els que els donen la importància.

Les seves dues anteriors col·leccions han estat presentades al 080 Barcelona Fashion Week: ss2010 "Passé recomposé" i fw 2010-11 "Fly the bird's way".

BIOGRAFÍA

Diplomada en diseño de moda en 2006 en la escuela BAU (Barcelona), completó sus estudios de diseño con cursos de sastrería y perfeccionamiento de técnicas de costura.

Empieza a trabajar con Elisa Amann para la segunda línea de Josep Font y también para Desigual.

En 2007 gana el premio Modafad a la mejor colección de 2007 y el premio Gilles-Rosier París, dentro de la edición 2007 de los Premis Catalunya para diseñadores emergentes.

En 2008 se traslada a París y pasa a formar parte del equipo del diseñador Lutz, con quien trabaja en distintas áreas como el patronaje, el diseño, la producción, etc.

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

Sus dos anteriores colecciones han sido presentadas en el 080 Barcelona Fashion Week: ss2010 "Passé recomposé" y fw 2010-11 "Fly the bird's way".

BIOGRAPHY

Montse LiarTE graduated in fashion design from the BAU school, Barcelona, in 2006. She finished her design studies with courses in tailoring and advanced dressmaking techniques.

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

In 2007 she won the "Modafad millor col·lecció 2007" and the "Gilles-Rosier París" prizes within the "Catalunya Dissenyadors Emergents 2007" awards.

In 2008 she moved to Paris, where she joined the team of Lutz, working in different areas including pattern making, design, production, etc.

In January 2009 she returned to Barcelona to create her own label, "Montse LiarTE", based on a personal, highly-structured, sober and urban line, taking the traditional values of dress and transforming them to create a more modern style, using tailoring and giving each detail the importance that it deserves within the garment. Just like people, clothes are full of tiny nuances, which are in the end what make each garment special.

Her two previous collections were presented at 080 Barcelona Fashion Week: "Passé recomposé" (SS2010) and "Fly the bird's way" (AW2010-11).

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Montse Liarte

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Montse Liarte

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

Av. Meridiana, 62
08018 Barcelona (SPAIN)

TEL. +34 679 272 467

www.montseliarte.com
info@montseliarte.com



COL·LECCIÓ

La llum, en canviar de medi, es reflecteix, es refracta, forma imatges; en interactuar amb la matèria, canvia de comportament.

Aquests raigs tornen a convergir en un punt anomenat “punt focal”.

Al l'interior de l'ull, aquest punt es troba a la retina i és únicament en aquest punt on es forma la imatge nítida dels objectes que ens envolten.

Focal Point es basa en els gràfics òptics que, de manera científica, ens mostren el camí que realitza la llum per poder percebre els objectes, fent-nos conscients de la realitat que ens envolta.

Traslladant aquestes línies i imatges enfocades i desenfocades a les peces, junt amb teixits de cotó, seda o lli en tons maquillatge i blaus amb estampats florals, es crea Focal Point. L'únic punt que ens fa percebre la realitat.

COLECCIÓN

Los rayos de luz, al cambiar de medio, se reflejan, se refractan, forman imágenes; al interactuar con la materia, cambian de comportamiento.

Estos rayos vuelven a converger en un punto denominado “punto focal”.

En el interior del ojo, este punto se encuentra en la retina y es únicamente en este punto donde se forma la imagen nítida de los objetos que nos rodean.

Focal Point se basa en los gráficos ópticos que, de forma científica, nos muestran el camino que realiza la luz para que podamos percibir los objetos, haciéndonos conscientes de la realidad que nos rodea.

Trasladando estas líneas e imágenes enfocadas y desenfocadas a las prendas, junto con tejidos de algodón, seda o lino en tonos maquillaje y azules con estampados florales, se crea Focal Point. El único punto que nos hace percibir la realidad.

COLLECTION

When moving from one medium to another, rays of light are reflected, refracted, forming images; when they interact with the material their behaviour changes.

These rays once again converge into a single point of light, called the focal point.

Inside the human eye, this point is found on the retina and it is only there where a clear image of the objects that surround us is formed.

Focal Point is based on the optical diagrams that show us, scientifically, the path that light takes so that we can perceive all of those objects, making us aware of the reality that is all around us.

Transferring these lines, these sharp and blurry images, to the clothes, together with cottons, silks and linens in the colours of make-up and blues with floral prints, we create Focal Point. The one point that allows us to perceive reality.

JUAN ANTONIO ÁVALOS

13 / 07 / 2010 19:30h



En 2007 finaliza sus estudios y se gradúa con el tercer premio a la mejor colección, periodo durante el cual trabaja para la firma Antonio Miró.

Con sólo tres colecciones en el mercado, Juan Antonio es considerado como una de las promesas del diseño español. De hecho, su primera colección fue merecedora del premio Catalunya Dissenyador Emergent en la primera edición del 080 Barcelona Fashion, reconocimiento que lo catapultó a París para formarse durante el año 2008 con el diseñador Bernhard Willhelm, con quien desarrolló los estampados de la colección femenina SS 09, y Thomas Engel Hart.

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

BIOGRAFIA

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

Va estudiar Disseny de Moda a FDModa, Barcelona. Durant aquest període col·labora amb professionals en diferents àmbits del món de la moda i rep el seu primer premi, “Tu estilo, tu studio”, de L’Oréal París a Madrid.

L’any 2007 finalitza els estudis i es gradua amb el tercer premi a la millor col·lecció, període durant el qual treballa per a la firma Antonio Miró.

Amb només tres col·leccions al mercat, Juan Antonio és considerat una de les promeses del disseny espanyol. De fet, la seva primera col·lecció va ser mereixedora del premi Catalunya Dissenyador Emergent en la primera edició del 080 Barcelona Fashion, reconeixement que el va catapultar a París per a formar-se durant l’any 2008 amb el dissenyador Bernhard Willhelm, amb qui va desenvolupar els estampats de la col·lecció femenina SS 09, i Thomas Engel Hart.

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

BIOGRAFÍA

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

Estudió Diseño de Moda en FDModa, Barcelona. Durante este periodo colabora con profesionales en distintos ámbitos del mundo de la moda y recibe su primer premio, “Tu estilo, tu studio”, de L’Oréal París en Madrid.

BIOGRAPHY

Juan Antonio Ávalos is the young Spanish designer behind the off-the-peg menswear label of the same name, founded in 2009.

While studying Fashion Design at FDModa, in Barcelona, he collaborated with professionals from different fields of the fashion world and received his first prize, “Tu estilo, tu studio”, from L’Oréal París in Madrid.

In 2007 he finished his studies, graduating with third prize for best collection, whilst working at Antonio Miró.

With only three collections under his belt, Juan Antonio is already considered to be one of the most promising new names in Spanish fashion design. In fact, his first collection earned him the Catalunya Dissenyador Emergent prize at the inaugural edition of 080 Barcelona Fashion, thanks to which he travelled to Paris in 2008 where he worked with the designer Bernhard Willhelm – developing the prints for the SS09 women’s collection – and Thomas Engel Hart.

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

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Juan Antonio Ávalos

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Juan Antonio Ávalos

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

Av. Meridiana, 62, Edifici Duerto la planta
08018 Barcelona (SPAIN)

TEL. +34 661 313 080



COL·LECCIÓ

Sota el nom Tropical Knight s'amaga la col·lecció SS11 Juan Antonio Ávalos.

Tropical Knight és una mescla de dos conceptes: d'una banda, els cavallers de l'Edat Mitjana i, de l'altra, conceptes californians dels surfistes i skaters dels anys 70.

Armadures i estandards dels cavallers, geometries dels escuts dels segles XI a XIII dC, estampats surfistes...

Teixits tècnics on predominen els colors fluor, amb una àmplia gamma de colors que van des dels roses, corals, verds o blaus fins als metal·litzats.

L'estructura de la col·lecció pel que fa al volum es basa en l'armadura medieval i es poden trobar referents fusionats d'una barreja de peces d'esport que venen determinades per l'època dels 70 i peces d'ús quotidià que venen determinades per l'època medieval.

Imaginem-nos un cavaller medieval a la Califòrnia dels 70.

COLECCIÓN

Bajo el nombre Tropical Knight se esconde la colección SS11 Juan Antonio Ávalos.

Tropical Knight es una mezcla de dos conceptos: por un lado, los caballeros de la Edad Media y, por el otro, conceptos californianos surfistas y skaters de los 70.

Armaduras y estandartes de caballeros, geometrías de los escudos de los siglos XI a XIII d.C., estampados surfistas...

Tejidos técnicos donde predominan los colores fluor, con una amplia gama de colores que van desde los rosas, corales, verdes o azules a los metalizados.

La estructura de la colección en cuanto al volumen se basa en la armadura medieval y se pueden encontrar referentes fusionados de una mezcla de piezas sport que vienen determinadas por la época de los 70 y piezas de uso cotidiano que vienen determinadas por la época medieval.

Imaginémonos un caballero medieval en la California de los 70.

COLLECTION

Under the title of Tropical Knight hides the SS11 collection of Juan Antonio Ávalos.

Tropical Knight mixes up two wildly different concepts: medieval knights vs Californian surfers and skaters of the '70s.

Suits of armour and standards, geometric patterns from coats of arms from the 11th to 13th centuries, surfer prints...

Technical fabrics where fluorescent colours predominate, with a broad spectrum of colours, from pinks and corals through to greens, blues and metallic sheens.

The structure of the collection in terms of volume is based on medieval armour and includes references pieced together from a mixture of seventies sportswear and everyday pieces that take their inspiration from the Middle Ages.

Imagine if you will a medieval knight in the California of the 1970s.

CARDONA BONACHE

13 / 07 / 2010 20:30h

BIOGRAFIA

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

BIOGRAFÍA

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

BIOGRAPHY

This Spanish ready-to-wear women's brand was founded in Barcelona in 2008 by designers Víctor Cardona Marqués and Israel Frutos Bonache. From their professional background, the time spent in Antwerp and their work in R&D textile laboratories are of particular relevance. The Cardona Bonache style is known for its classic lines, with minimalist references in each collection, lending it a sense of sober elegance and a specific creative tone. Their work centres around a concept that provides a common thread connecting each collection. From its fashion forebears, Cardona Bonache has inherited a precise savoir-faire; careful attention to detail and rigorous technique, reflecting the designers' passion for tailoring and the couture trade. As a brand, Cardona Bonache revives a respect for Spanish roots and tradition, combining them with wit and surrealism.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER
Victor Cardona Marqués / Israel Frutos Bonache

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND
Cardona Bonache

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS
Av. Meridiana, 52 – 62, 1a planta
08018 Barcelona (SPAIN)

TEL. +34 626 597 009

www.cardonabonache.com
info@cardonabonache.com

The image shows the cover of a book or portfolio. It features a white central rectangle with the text 'LESSON 3', a horizontal line, 'BELLOWS', another horizontal line, and 'CARDONA BONACHE' at the bottom. The background is a light gray with a complex, geometric, low-poly pattern that resembles folded paper or a pleated surface.

LESSON 3

BELLOWS

CARDONA BONACHE

COL·LECCIÓ

LESSON 3 “BELLOWS”

MANXA f. Plec lateral consistent en dos doblecs paral·lels, la funció del qual és augmentar la capacitat o profunditat de les peces. Crea volum i genera moviment.

COLLECTION

LESSON 3 “BELLOWS”

FUELLE m. Pliegue lateral consistente en dos dobleces paralelas, cuya función es aumentar la capacidad o profundidad de las prendas. Crea volumen y genera movimiento.

COLECCIÓN

LESSON 3 “BELLOWS”

BELLOWS n.pl. In couture, side fold consisting of two parallel pleats, designed to increase the depth of the garment, creating volume and generating movement.

MANISH ARORA

13 / 07 / 2010 21:30h



BIOGRAFIA

Manish Arora és un dels principals joves dissenyadors independents que presenten les seves col·leccions a la Setmana de la Moda de París. La seva visió de la moda és nova, enèrgica, atrevida i vibrant. Els seus dissenys colorits li han permès col·laborar amb diverses grans marques com Reebok, en la moda esportiva, o Inspec UK, amb diversos acords internacionals de moda òptica, com també llançar col·leccions d'edició limitada amb MAC, Swatch, Nivea, Pommery Champagne, 3 Suisses, Absolut Vodka, Crystallized Swarovski Elements, Good Earth, etc. Entre les celebritats del Pop que llueixen els dissenys de Manish Arora hi ha Katy Perry, Rihanna, MIA o Lady Gaga. Actualment ven les seves creacions a les seves botigues de l'Índia i a més de 75 conegudes botigues d'arreu del món. És membre electe de la Chambre Syndicale du Prêt-à-Porter des Couturiers de París.

BIOGRAFÍA

Manish Arora es uno de los principales jóvenes diseñadores independientes que presentan sus colecciones en la Semana de la Moda de París. Su visión de la moda es nueva, enérgica, atrevida y vibrante. Sus coloridos diseños le han permitido colaborar con varias grandes marcas como Reebok, en la moda deportiva, o Inspec UK, con varios acuerdos internacionales de moda óptica, así como lanzar colecciones de edición limitada con MAC, Swatch, Nivea, Pommery Champagne, 3 Suisses, Absolut Vodka, Crystallized Swarovski Elements, Good Earth, etc. Entre las famosas estre-

llas del Pop que lucen los diseños de Manish Arora se encuentran Katy Perry, Rihanna, MIA o Lady Gaga. Actualmente vende sus creaciones en sus propias tiendas en la India y en más de 75 conocidas tiendas en todo el mundo. Es miembro electo de la Chambre Syndicale du Prêt-à-Porter des Couturiers de París.

BIOGRAPHY

Manish Arora is one of the world's leading young independent designers, showing regularly at Paris Fashion Week. His vision of fashion is new, energetic, bold and vibrant. His colourful designs have led to collaborations with several mega brands including Reebok for sportswear, a global eyewear license with Inspec UK, limited edition collections with MAC, Swatch, Nivea, Pommery Champagne, 3 Suisses, Absolut Vodka, Crystallized Swarovski Elements, Good Earth, and more. Some of the famous pop stars regularly seen wearing Manish Arora clothes include Katy Perry, Rihanna, MIA and Lady Gaga. His creations are currently on sale in his own stores in India and in more than 75 well-known stores around the world. He is an elected member of the Chambre Syndicale du Prêt-à-Porter des Couturiers, Paris.



COL·LECCIÓ

Aquesta temporada Manish s'endinsa en la imaginativa època de l'Art Déco, en què el passat topa amb el futur i resulta en una explosiva i calidoscòpica onada de color. Aportant una visió particular de les estructures icòniques d'aquest període, Manish ha creat una col·lecció inspirada en les meravelles de l'arquitectura i el disseny de l'època.

Les siluetes s'inspiren en els anys 20 i 30, amb èmfasi en les cintures baixes, les formes cenyides i els detalls

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Manish Arora

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Manish Arora

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESSThree Clothing Private Limited. A-59 sector -4
201301 Noida, Uttar Pradesh, India

TEL. +91 120 253 5445/50

FAX +91 120 253 5462

info@threeclothingco.com

www.manisharora.ws

i drapats a les espatlles. Els looks clau de la col·lecció són els vestits per sota del genoll, les faldilles en forma de tulipa, les jaquetes XXL i els pantalons de muntar. També destaquen els vestits amb nusos al davant i profunds escots en V.

La gamma de colors inclou tons verds, morats, negres i tocs d'or i neó. Entre les textures superficials destaquen els appliqué, els complexos dissenys brodats i els lluentons brodats a mà. Els detalls innovadors d'aquesta temporada són les peces mecàniques de rellotgeria i les puntes brodades a mà. Manish crea estampats temàtics únics a partir de motius industrials i abstractes del moviment Art Déco.

Aquesta temporada, Manish opta per usar teles com la seda, el setí de seda, l'organdí, la seda crepè, el tul, el tafetà de seda i el vellut de seda.

Manish està especialment agraït a Aamby Valley City pel recolzament i patrocini continuus en aquesta segona temporada de col·laboració.

Manish col·labora amb CRYSTALLIZED™ - Swarovski Elements des de fa sis anys, una col·laboració creativa empresa amb l'objectiu de crear peces especials i accessoris únics.

Manish col·labora amb M.A.C en maquillatge, Inspects en moda òptica i Giuseppe Zanotti i Fish Fry for Reebok en calçat.

COLECCIÓN

Esta temporada Manish se adentra en la imaginativa época del Art Déco, en la que el pasado colisiona con el futuro y resulta en una explosiva y caleidoscópica ola de color. Aportando su particular visión a las estructuras icónicas de este periodo, Manish ha creado una colección inspirada en las maravillas de la arquitectura y el diseño de la época.

Las siluetas se inspiran en los años 20 y 30, con énfasis en las cinturas bajas, las formas ceñidas y los detalles y drapeados en los hombros. Los looks clave de la colección son los vestidos por debajo de la rodilla, las faldas en forma de tulipán, las chaquetas XXL y los pantalones de montar. También destacan los vestidos con nudos al frente y profundos escotes en V.

La gama de colores incluye tonos verdes, morados, negros y toques de oro y neón. En las texturas superficiales destacan los appliqué, los complejos diseños bordados y las lentejuelas bordadas a mano. Los detalles innovadores de esta temporada son las piezas mecánicas de relojería y los encajes bordados a mano. Manish crea estampados temáticos únicos a partir de motivos industriales y abstractos del movimiento Art Déco.

Esta temporada, Manish opta por usar telas como la seda, el satén de seda, la organza, la seda crepè, el tul, el tafetán de seda y el terciopelo de seda.

Manish está especialmente agradecido a Aamby Valley City por su apoyo y patrocinio continuos en esta segunda temporada de colaboración.

Manish colabora con CRYSTALLIZED™ - Swarovski Elements desde hace seis años, una colaboración creativa emprendida con el objetivo de crear prendas especiales y accesorios únicos.

Manish colabora con M.A.C en maquillaje, Inspects en moda óptica y Giuseppe Zanotti y Fish Fry for Reebok en calzado.

COLLECTION

This season, Manish delves into an imaginative Art Deco era where the past collides with the future and the result is a kaleidoscopic wave of colour. Lending his own spin to iconic structures of the period, Manish creates a collection inspired by architectural and design marvels of the time.

Silhouettes are inspired by the 20s and 30s and have an emphasis on dropped waists and fitted shapes, with detailed shoulder enhancements and draping. Below-the-knee dresses, tulip-shaped skirts, oversized jackets and jodhpurs constitute key looks in the collection. Knot-front dresses and deep V necklines also feature prominently.

The colour palette includes shades of green, purple and black, along with gold and neon colours. Surface textures feature appliqué, intricate threadwork and hand-embroidered sequins. Mechanical watch parts and hand-woven lace are some of the innovative embellishments used. Manish creates thematic signature prints with industrial and abstract Art Deco motifs.

This season, Manish uses fabrics such as silk, silk satin, organza, crepe silk, net, silk taffeta and silk velvet.

Manish would especially like to thank Aamby Valley City for their continued support and sponsorship in this, their second season working together.

Manish continues to collaborate with CRYSTALLIZED™ - Swarovski Elements, now in the 6th year of an ongoing creative partnership to create special garments and unique accessories.

Manish collaborates with M.A.C for makeup, Inspects for eyewear, and Giuseppe Zanotti and Fish Fry for Reebok for shoes.

BIBIAN BLUE

14 / 07 / 2010 12:00h



BIOGRAFIA

Bibian Blue (Barcelona) és la dissenyadora espanyola per excel·lència dins de l'estètica vintage i retro. Les seves col·leccions es venen a mitja Europa, el seu nom és tota una referència a l'escena alternativa i expressa com ningú la unió entre allò retro i allò avant-garde. La cotilla s'erigeix en protagonista per reivindicar el seu lloc al segle XX.

Actualment, Bibian Blue té diversos punts de venda a Espanya i Europa i manté la seva botiga online amb distribució mundial i, des de 2007, una boutique-atelier al centre de Barcelona.

Tres de les seves cotilles es poden admirar en una exposició retrospectiva de la moda que albergarà fins al 2011 el Museu tèxtil de Terrassa.

Al novembre de 2009 va publicar el primer llibre de fotografies dels seus dissenys, Lacing Glamour, amb Norma Editorial.

Ha participat a passarel·les de moda alternativa a París, Londres i Barcelona i al showroom d'El Ego de Cibeles. Al gener de 2010 va desfil·lar a l'edició Tardor-Hivern 2010-2011 de la passarel·la 080 Barcelona Fashion i va aconseguir una gran repercussió en premsa i a blocs de moda, tant nacionals com internacionals.

BIOGRAFÍA

Bibian Blue (Barcelona) es la diseñadora española por excelencia dentro de la estética vintage y retro. Sus colecciones se venden en media Europa, su nombre es

toda una referencia en la escena alternativa y expresa como nadie la unión entre lo retro y lo avant-garde. El corsé se erige en protagonista para reivindicar un lugar propio en el siglo XX.

Actualmente, Bibian Blue tiene varios puntos de venta en España y Europa y mantiene su tienda online con distribución mundial y, desde 2007, su boutique-atelier en el centro de Barcelona.

Tres de sus corsés se pueden admirar en una exposición retrospectiva de la moda que albergará hasta 2011 el "Museu tèxtil de Terrassa".

En noviembre de 2009 publicó el primer libro de fotografías de sus diseños, Lacing Glamour, con Norma Editorial.

Ha participado en pasarelas de moda alternativa en París, Londres y Barcelona y en el showroom de El Ego de Cibeles. En enero de 2010 desfiló en la edición Otoño-Invierno 2010-2011 de la pasarela 080 Barcelona Fashion y logró una gran repercusión en prensa y en blogs de moda, tanto nacionales como internacionales.

BIOGRAPHY

Bibian Blue's fashion collections are diverse, ranging from elegant formal designs to much more radical and non-conformist creations, but her work always emphasises the feminine figure and incorporates sophisticated fabrics. The corset is the central garment in her collections, whether worn separately or as part of a dress design.

Since October 2007, Bibian Blue's work has been available from her boutique-atelier in the centre of Barcelona, and her designs are distributed through various retail outlets in Spain and globally via her online shop.

She has also shown her designs on alternative catwalks in Paris, London and Barcelona, has participated in the El Ego de Cibeles Showroom, and her last fashion show at Barcelona Fashion 080 (AW 2010-2011) was featured in the press and in fashion blogs all over the world.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Bibiana C. Berenguer

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Bibian Blue

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

Torres i Amat 13
08001 Barcelona Espanya

Tel. +34 933 017 919

www.bibianblue.com
info@bibianblue.com



COL·LECCIÓ

“Lovelace Boudoir” S/S 2011 by Bibian Blue

“Lovelace Boudoir” s’inspira en la roba interior i de dormir vintage de diverses èpoques, des de la cotilleria eduardiana i victoriana, fins a les combinacions i les camises de dormir de principis del s. XX, plenes de puntes i blondes, els enagos, les faixes i tot tipus de cotilleria reductora, correctora i ortopèdica.

La col·lecció presenta dues línies:

- Cotilleria i vestits faixa en teixits senzills i bàsics, mats i brillants. Embuatats, reforços, costures contrastades i petites sivelles. Tons nude, beix sorra, color faixa i rosa empolvorats. Faldilles-combinació i pantalons amples i còmodes, en gases i teixits molt lleugers. Collarins cotilla i drapejats a les faldilles.

- Una altra variant, més romàntica, carregada i molt colorista, amb gran profusió de puntes, llaços, flors i blondes, moltes tenyides a mà, en tota la gamma de colors pastel predominants a l’Art Noveau, com el rosa, el verd, l’ocre i el blau plom. Bases de les peces en brocats i en blondes.

COLECCIÓN

“Lovelace Boudoir” S/S 2011 by Bibian Blue

“Lovelace Boudoir” toma como inspiración la lencería y la ropa de dormir vintage de varias épocas, desde

la corsetería eduardiana y victoriana, pasando por los visos y camiones de principios del s. XX, llenos de puntillas y encajes, las enaguas, las fajas y todo tipo de corsetería reductora, correctora y ortopédica.

La colección presenta dos líneas:

- Corsetería y vestidos faja en tejidos sencillos y básicos, mates y brillantes. Acolchados, refuerzos, costuras contrastadas y pequeñas hebillas. Tonos nude, beige arena, color faja y rosas empolvados. Faldas viso y pantalones anchos y cómodos, en gases y tejidos muy ligeros. Collarines corsé y drapeados en las faldas.

- Otra variante, mas romántica, recargada y muy colorista, con gran profusión de puntillas, lazos, flores y encajes, algunos teñidos a mano, en toda la gama de colores pastel predominantes en el Art Noveau, como el verde, el ocre, y el azul plomo. Bases de las prendas en brocados y en blonda.

COLLECTION

“Lovelace Boudoir” S/S 2011 Collection by Bibian Blue

“Lovelace Boudoir” takes as its inspiration the seductive nightwear of past eras, from the shape and discipline of Edwardian and Victorian corsets to the glamorous nightdresses of the twenties, adorned with lace and embroidery, petticoats, and sashes.

The collection follows two well-defined themes:

- Firstly, corsets and corset-dresses, created in simple fabrics, playing with the structure of garments, alternating matt and shiny textures and featuring revealing shapes and openings.

- Padding, support, contrasting needlework and buckles are all key elements. Nude tones, sandy beige, coloured sashes and powder pink. Skirts with sheen finishes, and wide and comfortable trousers, high-necked corsets and flowing skirts.

- The other theme encompasses all of the more romantic, more elaborated variations, with a profusion of embroidery, bows, flowers and lace, some hand dyed, in the whole spectrum of pastel colours predominant in the art nouveau movement, plus greens, ochre, and gunmetal blue. The bases of the garments feature delicate brocade and lace.

KRIZIA ROBUSTELLA

14 / 07 / 2010 16:00h



BIOGRAPHY

Defining her work as “Sport Deluxe”, Krizia Robustella takes sportswear from past decades and uses it to create her own universe, where comfort fuses with luxury. And luxury embraces shapes and fabrics previously consigned to the world of formalwear.

Krizia Robustella is the brand for people willing to take risks, for eccentrics and nonconformists. It is for people who feel the need to look different and to be seen during the day, without sacrificing the elegance and glamour of night-time in the big city. These are people who aren't afraid to express their individuality through their clothes, fearlessly mixing styles and following fashion in their own particular way.

BIOGRAFIA

Krizia Robustella s'autodefineix com a “Sport Deluxe” i pren com a referent les peces esportives de les últimes dècades per crear un univers propi on la comoditat es fon amb el luxe. I el luxe passa per formes i teixits fins ara relegats a la formalitat.

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

BIOGRAFÍA

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

Krizia Robustella es la marca de la gente más arriesgada, excéntrica e inconformista de la noche y el día. Gente que siente la necesidad de verse diferente y saberse observada al pasar durante el día, sin perder la elegancia y el glamour que acompañan las noches de las grandes ciudades. Gente con ansias de expresar individualidad a través de su atuendo, mezclando estilos sin temor y siguiendo la moda a su manera.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Krizia Robustella

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Krizia Robustella

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

C/ Montsió, 6 bis
08002 Barcelona (SPAIN)

Tel. +34 93 317 02 10

www.kriziarobustella.com
Krizia@kriziarobustella.com



COLLECTION

Some people stand in the darkness
afraid to step into the light
some people need to help somebody
Don't you worry
it's gonna be alright
cause I'm always ready
I won't let you out of my sight
I'll be ready
I'll be ready
never you fear
no don't you fear
I'll be ready
forever and always
I'm always here.
In us well have the power
but sometimes It's so hard to see
and instinct is stronger than reason
It's just human nature to me
Don't you worry
it's gonna be alright
cause I'm always ready
I won't let you out of my sight
I'll be ready

I'll be ready

YIORGOS ELEFThERIADES

14 / 07 / 2010 17:00h



BIOGRAFIA

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

La seva filosofia es basa en l'amor per les formes clàssiques. A la recerca de l'elegància contemporània, aspira a crear una veritable alternativa d'estil urbà, amb formes interessants i una forta sastreria, com també combinacions experimentals de teixits i textures. Sovint, opta per unir teixits o elements oposats. Les principals qualitats de la seva percepció del disseny són l'atemporalitat transestacional i un enfocament de la transició dia/nit glamurós i fresc al mateix temps.

Les peces poden semblar minimalistes i amb línies molt definides en combinar-se entre si, però també poden vestir-se amb un estil més accessible i neoromàntic, juxtaposant teixits i siluetes.

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

Respectuós amb el medi ambient, Yorgos Eleftheriades ha emprat teixits naturals i ecològics des que va començar al món de la moda.

Els seus representants són el showroom Mc2 i, per a la premsa internacional, Totem - Kuki de Salvartes, París.

Els seus dissenys han aparegut a una multitud de revistes, incloses Numéro homme, Mixte, Soon, Vogue Japan, Harper's Bazaar Japan, Dazed&Confused Japan, Amusement, Metal, Surface, Zoo Magazine, So Chic, Wallpaper, 10, ID, Gad Japan, Glamour i Citizen K.

BIOGRAFÍA

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

Su filosofía se basa en el amor por las formas clásicas. En búsqueda de la elegancia contemporánea, aspira a crear una verdadera alternativa de estilo urbano, con formas interesantes y fuerte sastrería, así como combinaciones experimentales de tejidos y texturas. A menudo, opta por aunar tejidos o elementos opuestos. Las principales cualidades de su percepción del diseño son la atemporalidad transestacional y un enfoque de la transición día/noche glamuroso y fresco al mismo tiempo.

Las prendas pueden parecer minimalistas y con líneas muy definidas al combinarse entre sí, pero también pueden vestirse con un estilo más accesible y neorromántico, yuxtaponiendo tejidos y siluetas.

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

Respetuoso con el medio ambiente, Yorgos Eleftheriades ha empleado tejidos naturales y ecológicos desde que comenzó su carrera en el mundo de la moda.

Sus representantes son el showroom Mc2 y, para la prensa internacional, Totem - Kuki de Salvartes, París.

Sus diseños han aparecido en multitud de revistas, incluidas Numéro homme, Mixte, Soon, Vogue Japan, Harper's Bazaar Japan, Dazed&Confused Japan, Amusement, Metal, Surface, Zoo Magazine, So Chic, Wallpaper, 10, ID, Gad Japan, Glamour y Citizen K.

BIOGRAPHY

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

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

The clothes may appear minimalist and boldly outlined when worn together, but can also be worn in a more accessible and softer neo-romantic style by juxtaposing different fabrics and silhouettes.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Yiorgos Eleftheriades

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Yiorgos Eleftheriades

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

13, Agion Anargiron Str.
10554 Atenes, Grècia

TEL. +30 210 3312622

info@yiorgoseleftheriades.gr
www.yiorgoseleftheriades.com

For many years, Yiorgos has collaborated with some of the most important directors, actors and actresses in Greece.

Being environmentally conscious, he has used natural and eco-friendly textiles right since the outset of his career.

He is represented by the Mc2 commercial showroom and, for the international press, by Totem - Kuki de Salvartes, both in Paris.

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



COL·LECCIÓ

La nova col·lecció de Yiorgos Eleftheriades es caracteritza per siluetes arquitectòniques suaus formades per combinacions abstractes de formes rectangulars i trapezoïdals i per la combinació de capes de textures mats i metàl·liques.

Utilitza dues gammes de colors principals: una de freda (guix, blanc, perla, gris, una mica de negre) i una de càlida i més vistosa (caramel i tabac, coure i bronze, llima i oliva).

Els teixits són sensuals: cuir fi, georgette de seda i mussolina, xarmés, cotó, gasa i viscosa fina. L'heroïna és una urbanita que gaudeix combinant i mesclant inspiracions, però que sempre es manté fidel al seu estil personal d'estructurar el vestuari.

COLECCIÓN

La nueva colección de Yiorgos Eleftheriades se caracteriza por suaves siluetas arquitectónicas formadas por combinaciones abstractas de formas rectangulares y trapezoidales y por la combinación de capas de texturas mates y metálicas.

Utiliza dos gamas de colores principales: una fría (tiza, blanco, perla, gris, algo de negro) y una cálida y más vistosa (caramelo y tabaco, cobre y bronce, lima y oliva).

Los tejidos son sensuales: cuero fino, georgette de seda y muselina, charmeuse, algodón, gasa y viscosa fina. La heroína es una urbanita que disfruta combinando y mezclando inspiraciones, pero que siempre se mantiene fiel a su estilo personal de estructurar el vestuario.

COLLECTION

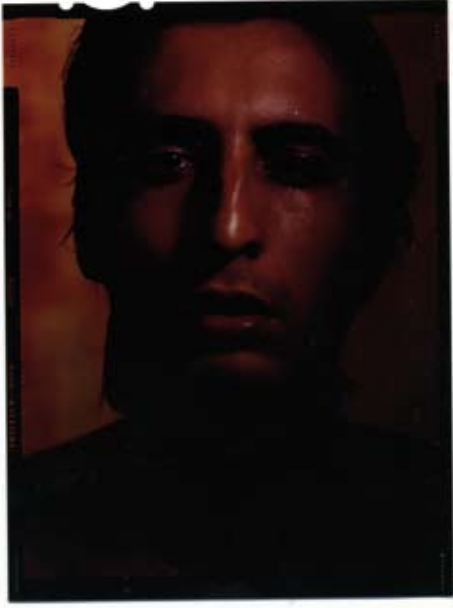
Soft architectural silhouettes formed by abstract combinations of rectangular and trapezoid shapes and a layering of matt and metallic textures, are the main design features of Yiorgos Eleftheriades' new collection.

There are two main colour palettes: one icy/chalky, with white, pearl, grey, and a touch of black; and the other warm and more flamboyant, with caramel and tobacco, copper and bronze, lime and olive.

The fabrics are sensual: fine leather, silk georgette and muslin, charmeuse, cotton, voile and fine viscose. The heroine is an urbanite who loves mixing and matching her references and refuses to compromise in the way she structures her wardrobe.

ALEXIS REYNA

14 / 07 / 2010 18:30h



BIOGRAFIA

Alexis Reyna va néixer a Barcelona (a prop del zoològic) i, des de petit, va estar influenciat pel món líric de l'Òpera del Liceu, on treballava la seva mare, i per les teles, els tints i els morfemes lisèrgics i plàstics del seu pare, que va arribar a treballar al taller de Balenciaga a Madrid. La mort de diversos familiars en misterioses circumstàncies al desert de Sonora el va impulsar a tenir visions i freqüentar amistats del món circense i esotèric, on el seu tiet, cantant flamenc, va jugar un rol especial.

Fascinat per la música i renegant dels draps, va muntar grups de rock dur experimental i es va prodigar per cercles alternatius i baixos fons de la Ciutat Comtal, París, Londres, Lausanne i Copenhaguen. Primer a través de clàssics del cinema eròtic, que devorava obsessivament quan era un nen, i, més tard, a través d'una amant 25 anys més gran, l'Alexis va descobrir l'amor per la moda. Així, de manera autodidacta, es va anar formant.

Una altra influència fou un periple de 3 anys per Àsia, on l'Alexis va poder experimentar, aprendre i absorbir altres mons (bordells, selves tropicals, complexos industrials tèxtils, megalòpolis, deserts, submons criminals, sectes clandestines apocalíptiques i tribus d'estirp divina).

Més tard va enrolar-se al Màster Womenswear de la prestigiosa Central Saint Martins i després va realitzar col·laboracions com a dissenyador a Estocolm per a Filippa K i J. Lindeberg.

Des que va presentar la col·lecció Eroika 1.0 al 080 Barcelona Fashion Week l'estiu passat, Alexis Reyna es dedica en cos i ànima a crear per a Desigual. La crida del "ritomakina cor creadora", la conquesta, la cosmovisió, el porten a presentar en aquesta edició la col·lecció UNLEASHED.

BIOGRAFÍA

Alexis Reyna nació en Barcelona (cerca del zoológico) y, desde pequeño, estuvo influenciado por el mundo lírico de la Ópera del Liceu, donde su madre trabajaba, y por las telas, los tintes y los morfemas lisérgico-plásticos de su padre, que llegó a trabajar en el taller de Balenciaga en Madrid. La muerte de varios familiares en misteriosas circunstancias en el desierto de Sonora le impulsó a tener Visiones y frecuentar amistades del mundo circense y esotérico, en el que su tío cantaor flamenco jugó un rol especial.

Fascinado por la música y renegando de los trapos montó grupos de rock duro experimental y se prodigó por círculos alternativos y bajos fondos de la Ciudad Condal, París, Londres, Lausanne y Copenhague. Primero a través de clásicos del cine erótico (devorados obsesivamente cuando era un crío) y luego a través de una amante 25 años mayor, Alexis descubrió el amor por la moda. Así, de forma autodidacta, se fue formando.

Otra de sus influencias fue un periplo de 3 años por Asia, donde Alexis pudo experimentar, aprender y absorber otros mundos (burdeles, selvas tropicales, complejos industriales textiles, megalópolis, desiertos, submundos criminales, sectas clandestinas apocalípticas y tribus de estirpe divina).

Más tarde se enroló en el Máster Womenswear en la prestigiosa Central Saint Martins, para luego realizar colaboraciones como diseñador en Estocolmo para Filippa K y J. Lindeberg.

Desde que presentó su colección Eroika 1.0 en el 080 Barcelona Fashion Week el pasado verano, Alexis Reyna se dedica en cuerpo y alma a crear para Desigual. La llamada del "ritomakina corazón creadora", la conquista, la cosmovisión le lleva a presentar en esta edición la colección UNLEASHED.

BIOGRAPHY

Alexis Reyna was born in Barcelona (near the city zoo) where he was influenced by the musical world of the Liceu opera house (where his mother worked) and by the cloths, dyes and lysergic-plastic morphemes of his father (who at one point worked in the Madrid workshop of Balenciaga). The death of several relatives, under mysterious circumstances, in the Sonoran Desert led him to have Visions and to forge friendships within the esoteric circus world, where his flamenco singer uncle played a special role.

Fascinated by music and with a taste for the renegade, he started up several experimental hard rock bands and played alternative underground circuits in Barcelona, Paris, London, Lausanne and Copenhagen. First of all through classics of Erotic cinema (which he devoured obsessively as a child) and then through a lover 25 years his elder, Alexis discovered his love for Fashion. And so he began to teach himself the trade.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Alexis Reyna

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Alexis Reyna

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESSCarrer d'en Robador, 17
08001 Barcelona (SPAIN)

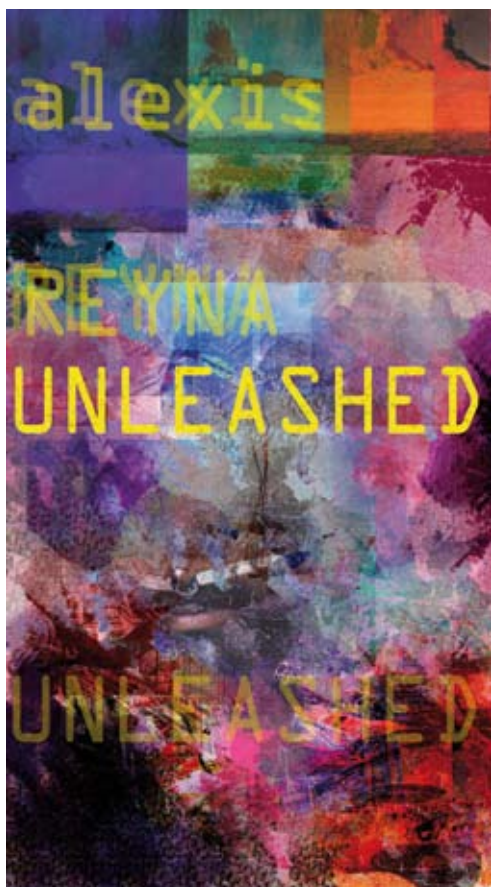
TEL. +34 630 857 906

alexis.m.reyna@gmail.com

Three years travelling around Asia had a profound influence on him, allowing him to experience, learn from and absorb other worlds (brothels, rain forests, industrial textile complexes, megalopolises, deserts, criminal underworlds, clandestine apocalyptic sects and tribes of divine origin).

Later he enrolled on the Womenswear Master's at the prestigious Central Saint Martins school, London, and worked as a designer in Stockholm for Filippa K and J Lindeberg.

After presenting his collection Eroika 1.0 at last summer's 080 Barcelona Fashion Week, Alexis has dedicated himself body and soul to creating for Desigual. And the call of the ritomakina corazon creadora (machine-ritual heart creator), the conquest, and the cosmovision, bring him to present in this edition of the show his UNLEASHED collection.

**COL·LECCIÓ**

aquesta nit anem desfermats.CAPS ESTRELLATS
COsmos Martell Bang Bang SAGNA!
Toquem nosaltres colpejant CorBATEC
BAteria Tambor "Cabalga!"
M'és IGUAL
Color FOLL ARmee. Sempre deiem.

Arbres , Coral mar de fons
a l' horitzó apuntem. Licor Lliure .
PEtó amor etern. DÉSfermats.
Amor color Follar .
Amor Armat .
Tot sembla verd de l' altre costat .
cercle cabalga color horitzó desèrtic flames.
tall de nit . dansa i celebra .
Foll com ella i jo .
Ona gegant . DÉSfermat.
Alexis REyna (sabates desiguals)

COLECCIÓN

noche desatamos. CABEzaTARROEstrellas
MARTillo COsmos
Bang BANG ¡¡SANGRA!!
VAMOS.
CABÁLGA.ME DAs IGUAL.
COLOR FOLLARME. DEcíamos entonces.
Árboles, bajo el agua coralesreefs,
apuntamos al horizonte, harto de chupapollas.
Licor Libre. Sientes (no mientes) Libertad.
Amor color Follar.
Amor armado .
Amor almado .
La hierba CREce fuerte en el otro lado .
Tubo jinete color Horizonte desierto LLamas.
Jamás Foll Loco como EL y Ella .
OLA Gigante jinetera . Desatada .
Alexis Reyna .

COLLECTION

night-time we unleash.HEADJARStars
Cosmos HAMmer
Bang BANG BLEED!!
LET'S GO.
RIDE.ME I DON't CARE .
COLOUR FUCKME. WEsaid backthen.
Trees, under the water coralreefs ,
we point to the horizon , sick of cocksuckers.
Free Liquor .Feel (don't fake it) Freedom .
Love colour Fuck.
Armed armour .
Armed amour .
The grass GROws thicker on the other side .
Tube rider colour Horizon desert FLames.
Never Crazy like HIM and HER .
Giant WAVE riderfucker . Unleashed .
Alexis Reyna

JUUN.J

14 / 07 / 2010 19:30h



BIOGRAFIA

Després de graduar-se a l'ESMOD de Seül el 1992, Juun.J va començar la seva carrera com a dissenyador treballant per a Chiffons i, més tard, va exercir de director de disseny a Club Monaco i NIX. L'any 1999 va llançar la marca, Lone Costume, amb la qual ha participat a la Setmana de la Moda de Seül des d'aleshores. També ha col·laborat diverses vegades amb l'artista japonès Nuts i l'artista anglès Simon Henwood. El juliol de 2007 va presentar la seva col·lecció per primera vegada al programa oficial de la Setmana de la Moda Masculina de París. A Juun.J li agrada crear noves siluetes i peces a partir de la superposició de capes i siluetes oposades i en conflicte. Camises i rebeques, jaquetes amb mànigues de punt i peces de tricot se superposen i reneixen com peces diferents. El concepte bàsic dels dissenys de Juun.J és Classic & Tailoring. Li agrada transformar i mesclar peces clàssiques amb la moda del carrer. Per a la col·lecció hivern 07-08, Juun.J combina de manera innovadora looks sofisticats i clàssics amb moda del carrer, tot creant la seva particular "sastreteria de carrer".

Semana de la Moda Masculina de París. A Juun.J le gusta crear nuevas siluetas y prendas a partir de la superposición de capas y siluetas opuestas y en conflicto. Camisas y rebecas, chaquetas con mangas de punto y prendas de tricot se superponen y renacen como prendas diferentes. El concepto básico de los diseños de Juun.J es Classic & Tailoring. Le gusta transformar y mezclar prendas clásicas con la moda callejera. Para su colección invierno 07-08, Juun.J combina de forma innovadora looks chic y clásicos con moda callejera, creando así su particular "sastrería callejera".

BIOGRAPHY

After graduating from ESMOD Seoul in 1992, Juun.J began his career designing for Chiffons followed by a period as design director for Club Monaco and NIX. In 1999, he launched his own brand "Lone Costume" and has shown it at Seoul Fashion Week ever since. He has also collaborated several times with the Japanese artist Nuts and the English artist Simon Henwood. In July 2007, he showed his collection at Men's Fashion Week in Paris for the first time. Juun.J likes to create new silhouettes and garments out of overlapping items and mirrored silhouettes, all contrasting dramatically with each other. Shirts and cardigans, jackets and knitwear are made to overlap each other and become reborn as entirely new items. Juun.J's basic design concept is Classic & Tailored. He enjoys mixing and transforming classic items with street fashion. For his winter 07-08 collection, Juun.J gave chic & classic moods an unusual spin by mixing them with streetwear. In this way, street tailoring was born!

BIOGRAFÍA

Tras graduarse en la ESMOD de Seül en 1992, Juun.J comenzó su carrera como diseñador trabajando para Chiffons y, más tarde, ejerció de director de diseño en Club Monaco y NIX. En 1999 lanzó su marca, Lone Costume, con la que ha participado en la Semana de la Moda de Seül desde entonces. También ha colaborado varias veces con el artista japonés Nuts y el artista inglés Simon Henwood. En julio de 2007 presentó su colección por primera vez en el programa oficial de la

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Juun.J

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Juun.J

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

3F Raemina Building,
524-17, Sinsa Dong, Kangnam-gu
135-888 Seoul, South Korea

TEL. +82 2 515 0351 / 343

+82 2 515 0352

www.juunj.com

COL·LECCIÓ

El tema de la col·lecció Primavera-Estiu 2011 és “Teixits en moviment”.

L'enfocament és la bellesa dels moviments i la lleugeresa dels teixits, que es mouen amb el vent o els gestos de les persones.

Es diu que la veritable bellesa de les peces de Juun.J s'aprecia millor quan són en moviment.

Les onades dels teixits, els cinturons i la multitud de cintes ofereixen una clara visió conceptual de la col·lecció d'aquesta temporada, només a través del seu moviment.

La parka militar i la jaqueta de muntar es reinventen i reinterpreten de manera innovadora i diferent.

Aquestes peces, junt amb peces clàssiques com les jaquetes, les camises i les trenques, es combinen de manera sorprenent i nova.

La força aportada pel negre i el blanc de la col·lecció de Juun.J per a aquesta temporada es basa en tres codis: moviment, lleugeresa i novetat. Com un viatger que creua el desert del Sahara: silenciós, però amb força.

COLECCIÓN

El tema de la colección Primavera-Verano 2011 es “Tejidos en movimiento”.

El enfoque es la belleza de los movimientos y la ligereza de los tejidos, que se mueven con el viento o con los gestos de las personas.

Se dice que la verdadera belleza de las prendas de Juun.J se aprecia mejor cuando están en movimiento.

Las olas de los tejidos, los cinturones y la multitud de cintas ofrecen una clara visión conceptual de la colección de esta temporada, tan solo a través de su movimiento. La parka militar y la chaqueta de montar se reinventan y reinterpretan de forma innovadora y diferente.

Estas prendas, junto con prendas clásicas como las chaquetas, las camisas y las trenzas, se combinan de forma sorprendente y nueva.

La fuerza aportada por el negro y el blanco de la colección de Juun.J para esta temporada se basa en tres códigos: movimiento, ligereza y novedad. Como un viajero que cruza el desierto del Sahara: silencioso, pero con fuerza.

COLLECTION

The theme of the 2011 Spring-Summer Collection is “The Flap”.

The focus is on the lightness of the fabric and the beauty of its movements in the wind or with the movement of the wearer.

It is said that Juun.J's clothes are most beautiful when in motion.

The waves of fabric, belts, and many strings; these elements give a good idea of this season's concept.

The collection takes military parkas and riding jackets and interprets them in an entirely new, different way. Along with classic items like jackets, shirts and trench coats, these items have been combined to create new, never before seen garments.

The strong black and white mood of this season's Juun.J collection is all about three codes: movement, lightness, and newness, like a traveller crossing the Sahara Desert – quietly but with great strength.

MANUEL BOLAÑO

14 / 07 / 2010 20:30h



BIOGRAFIA

Nascut a Barcelona, però criat a Galícia. L'any 2002 es trasllada a Barcelona, on estudia moda a l'Escola Superior de Disseny i Moda Felicidad Duce de Barcelona.

Després d'un període de treball en l'equip de disseny de Mango, Manuel Bolaño decideix iniciar la seva pròpia col·lecció.

El 2007 guanya el premi a la millor col·lecció de la seva promoció al Bread & Butter Barcelona, participa a la passarel·la Abierta de Múrcia i guanya premis als concursos Jóvenes Creadores de Madrid, al Festival Noovo de Santiago de Compostela i és seleccionat per participar al Projecte Bressol de la Generalitat de Catalunya.

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

Al març de 2009 desfila la seva col·lecció "Peliqueiros" a la passarel·la 080 Barcelona i la presenta al Rendez-Vous Femme de París. Al setembre de 2009 presenta la seva col·lecció "Canela en Rama" a la passarel·la 080 Barcelona. Al gener de 2010 presenta la seva col·lecció "¿Por qué todo ha de ser de color de rosa?".

BIOGRAFÍA

Nacido en Barcelona, pero criado en Galicia. En 2002 se traslada a Barcelona, donde estudia moda en la Escuela Superior de Disseny i Moda Felicidad Duce de Barcelona.

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

En 2007 gana el premio de su promoción a la mejor colección en Bread & Butter Barcelona, participa en la pasarela Abierta de Murcia y gana premios en los concursos de Jóvenes Creadores de Madrid y en el Festival Noovo de Santiago de Compostela. También es seleccionado para participar en el Projecte Bressol de la Generalitat de Catalunya.

En Septiembre de 2008 desfila su primera colección, "Viudas", en la pasarela 080 Barcelona.

En marzo de 2009 desfila su colección "Peliqueiros" en la pasarela 080 Barcelona y la presenta en el Rendez-Vous Femme de París. En Septiembre de 2009 desfila su colección "Canela en Rama" en la pasarela 080 Barcelona. En Enero de 2010 presenta su colección "¿Por qué todo ha de ser de color de rosa?".

BIOGRAPHY

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

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

In 2007 he won the prize for best collection in his category at Bread & Butter Barcelona, as well as participating in Murcia's Abierta Catwalk show and winning prizes at the Young Creator's contest in Madrid and the Noovo festival in Santiago de Compostela. He was also selected to participate in the Bressol Project, organised by the Generalitat de Catalunya. In September 2008 his first collection, "Viudas" (Widows), was paraded on the catwalk at 080 Barcelona.

In March 2009, his collection "Peliqueiros" was also shown on the 080 Barcelona catwalk and later at Rendez-Vous Femme, in Paris. In September of the same year his collection "Canela en Rama" (Stick Cinnamon) was shown on the 080 Barcelona catwalk and the collection "¿Por qué todo ha de ser de color rosa?" (Why does everything have to be pink?) was presented in January 2010.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Manuel Bolaño Gómez

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Manuel Bolaño

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

Av. Meridiana, 58-62
08018 Barcelona (SPAIN)

TEL. +33 140 264 781

mail@systeme-D.net
info@manuelbolano.com



verán, transportándome a un mundo imaginario.
Han pasado muchos veranos y todavía me emociono
al acordarme.

COLLECTION

Algo de mí (A little about me)

For me, summertime always meant my grandmother in
Vilavella, my grandmother and the house in the country
town...

The white walls of the house used to dazzle my eyes,
which would open wide to take in the blue of the pool.

When Sunday came around, we would go to the
church and there the gold of the statues of the Virgin
Marys and the smell of wax would envelop me,
carrying me away to an imaginary world.
Many summers have gone by now, but I'm still moved
whenever I remember those days.

COL·LECCIÓ

Algo de mí

Els estius eren de la meva àvia de Vilavella, l'àvia de la
casa del poble.

El blanc de la paret de la casa m'encegava els ulls,
que sempre s'il·luminaven en descobrir el blau de la
piscina.

Aviat s'aproparien els diumenges, aniríem a l'Església
i allà els ors de les verges i l'olor de cera em transpor-
tarien a un món imaginari.
Han passat molts estius i encara m'emociono quan
me'n recordo.

COLECCIÓN

Algo de mí

Los veranos eran de mi abuela de Vilavella, la abuela
de la casa del pueblo...

El blanco de la pared de la casa cegaba mis ojos, que
siempre se iluminaban al descubrir el azul de la piscina.

Pronto se acercarán los domingos, iremos a la iglesia
y allí los oros de las vírgenes y el olor a cera me envol-

CELIA VELA

15 / 07 / 2010 12:00h



BIOGRAFIA

1994- Juntament amb Carlota Rodés, Celia Vela realitza una col·lecció per al primer MerkamodaFAD de la història. **1995-** Juntament amb Jordi Rotllan, Celia Vela inicia el camí de la firma "Celia Vela". **1995-** Obre la seva primera botiga a Figueres. **1996-** Col·labora amb l'empresa Coty-Astor i crea un model inspirat en la fragància "Prêt-à-porter". **1997-** Llança la seva primera col·lecció de roba per a la llar. **1998-** Neix l'Asier, el seu primogènit. **1998-** Primera desfilada individual a la Passarel·la Gaudí. **1998-** Introducció de les col·leccions de Celia Vela al Japó. **1999-** Viatja per primer cop al Japó i es queda fascinada per la cultura del país. **2000-** És escollida per Lucky Strike per a la seva campanya publicitària, amb la qual es vol relacionar amb els creadors de moda espanyols. Celia Vela crea dues peces de roba de línia més esportiva en exclusiva per a aquesta empresa. **2000-** Inauguració de www.celiavela.com. **2001-** Firma una llicència amb l'empresa Matita Inc. per a la comercialització d'una col·lecció d'ulleres de sol amb el nom de Celia Vela al Japó. **2002-** Neix la Mila. **2003-** Inicia la comercialització de les seves col·leccions als EUA. **2003-** Primera presentació de les seves col·leccions a París. **2004-** Llança la primera col·lecció infantil. **2004-** Inaugura un nou espai per a nívies a Figueres. **2005-** Amb motiu del 10è aniversari de la firma, el M. H. Sr. Jordi Pujol visita la botiga de Figueres. **2005-** Exposició "Celia Vela: 10 anys, 10 mirades" al Museu de l'Empordà. **2005-** Arriba a un acord amb la firma de luxe Agua de Sevilla per al disseny i la producció, en exclusiva, d'una línia per a dona etiquetada "Celia Vela para Agua de Sevilla". **2007-** Creació de la col·lecció Nina, inspirada en una nina de la col·lecció del "Museu del Joguet de Catalunya". Cessió d'un vestit per a nena de dita col·lecció per a la seva exposició en aquest museu. **2008-** Inaugura un espai permanent a Tòquio, al Ginza East Building. **2008-** Dissenya i realitza els uniformes del Pavelló Japonès de

la Expo de Saragossa. **2009-** Dissenya i realitza en teixit la portada d'un llibre sobre la ciutat de Figueres editat per l'Ajuntament d'aquesta ciutat.

BIOGRAFÍA

1994- Junto con Carlota Rodés, Celia Vela realiza una colección para el primer MerkamodaFAD de la historia. **1995-** Junto con Jordi Rotllan, Celia Vela inicia el camino de la firma "Celia Vela". **1995-** Abre su primera tienda en Figueres. **1996-** Colabora con la empresa Coty-Astor y crea un modelo inspirado en la fragancia "Prêt-à-porter". **1997-** Lanza su primera colección de ropa de hogar. **1998-** Nace Asier, su primogénito. **1998-** Primer desfile individual en la Pasarela Gaudí. **1998-** Introducción de las colecciones de Celia Vela en Japón. **1999-** Viaja por primera vez a Japón y queda fascinada por la cultura del país. **2000-** Es escogida por Lucky Strike para su campaña publicitaria, con la que se quiere relacionar con los creadores de moda españoles. Celia Vela crea dos piezas de ropa de línea más deportiva en exclusiva para esta empresa. **2000-** Inauguración de www.celiavela.com. **2001-** Firma de una licencia con la empresa Matita Inc. para la comercialización de una colección de gafas de sol con el nombre de Celia Vela en Japón. **2002-** Nace Mila. **2003-** Inicia la comercialización de sus colecciones en los EE. UU. **2003-** Primera presentación de sus colecciones en París. **2004-** Lanza su primera colección infantil. **2004-** Inaugura un nuevo espacio para novias en Figueres. **2005-** Con motivo del décimo aniversario de la firma, el M. H. Sr. Jordi Pujol visita la tienda de Figueres. **2005-** Exposición "Celia Vela: 10 años, 10 miradas" en el Museo de l'Empordà. **2005-** Llega a un acuerdo con la firma de lujo Agua de Sevilla para diseñar y producir, en exclusiva, una línea para mujer etiquetada "Celia Vela para Agua de Sevilla". **2007-** Creación de la colección Nina, inspirada en una muñeca de la colección del "Museu del Joguet de Catalunya". Cesión de un vestido para niña de dicha colección para su exposición en este museo. **2008-** Inaugura un espacio permanente en Tokio, en el Ginza East Building. **2008-** Diseña y realiza los uniformes del Pabellón Japonés de la Expo de Zaragoza. **2009-** Diseña y realiza el tejido la portada de un libro sobre la ciudad de Figueres editado por el Ayuntamiento de esta ciudad.

BIOGRAPHY

1994 - Together with Carlota Rodés, Celia Vela creates a collection for the first ever edition of MerkamodaFAD. **1995 -** Together with Jordi Rotllan, she begins work on her own label, "Celia Vela". **1995 -** Her first store opens, in Figueres. **1996 -** Collaborates with the Coty-Astor company to create a model inspired on the "Prêt-à-porter" fragrance. **1997 -** Launches her first

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Celia Vela

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Celia Vela, S.L.

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

C/ Banyuls, 2 baixos
17600 Figueres, (SP)

TEL. +34 972 674 617

FAX +34 972 504 560

www.celiavela.com

central@celiavela.com

homewear collection. **1998** - Her first child, Asier, is born. **1998** - First solo show, at the Gaudí catwalk. **1998** - The Celia Vela collections reach Japan. **1999** - Celia Vela travels to Japan for the first time and is fascinated by the country's culture. **2000** - She is chosen by Lucky Strike for its advertising campaign, designed to connect the firm with Spanish fashion designers. Celia Vela creates two exclusive sportswear pieces for the company. **2000** - Inauguration of www.celiavela.com. **2001** - Signs a licence with the Matita Inc. company for the commercialisation of a range of sunglasses in Japan using the Celia Vela name. **2002** - Mila is born. **2003** - Her collections go on sale in the US. **2003** - First presentation of her collections in Paris. **2004** - Launches her first children's collection. **2004** - Inaugurates a new bridal wear space in Figueres. **2005** - Marking the 10th anniversary of the label, the former President of the Generalitat de Catalunya, Jordi Pujol, visits the Figueres store. **2005** - Exhibition "Celia Vela: 10 Years, 10 Visions" at the Museu de l'Empordà. **2005** - Reaches an agreement with the luxury brand Agua de Sevilla to design and produce, exclusively, a women-swear line under the label "Celia Vela for Agua de Sevilla". **2007** - Creates the Nina collection, inspired by a doll from the "Museu del Joguet de Catalunya" toy museum. Donates a girl's dress from this collection for display in this same museum. **2008** - Inaugurates a permanent space in Tokyo, in the Ginza East Building. **2008** - Designs and makes the uniforms for the Japanese Pavilion at the Zaragoza Expo. **2009** - Designs and makes the cloth for the cover of a book about the city of Figueres, published by its city council.



COL·LECCIÓ

Potser ha arribat el moment de dir que ens avorreixen els que sempre estan avorrits. Potser ha arribat el moment de dir, sense por, què és el que ens agrada. Potser ha arribat el moment d'apreciar un treball i no una il·lusió. Potser ha arribat el moment que els sectors els ocupin els treballadors i no les ambicions. L'artesà, no és un treballador? L'artista, no és un treballador? El treballador, no pot tenir somnis?

Art i moda. Treball i roba.
Existeix l'art sense treball?
Existeix la moda sense roba?
Podríem treballar sense somnis,
sense allò que ens inspira?
Ni blanc, ni negre: gris, un gris sense gris.

COLECCIÓN

Quizás ha llegado el momento de decir que nos aburren los que siempre están aburridos. Quizás ha llegado el momento de decir, sin miedo, qué es lo que nos gusta. Quizás ha llegado el momento de apreciar un trabajo y no una ilusión. Quizás ha llegado el momento de que los sectores estén ocupados por trabajadores y no por ambiciones. El artesano, ¿no es un trabajador? El artista, ¿no es un trabajador? El trabajador, ¿no puede tener sueños?

Arte y moda. Trabajo y ropa.
¿Existe el arte sin trabajo?
¿Existe la moda sin ropa?
¿Podríamos trabajar sin sueños,
sin lo que nos inspira?
Ni blanco, ni negro: gris, un gris sin gris.

COLLECTION

Maybe it's time to say that we're bored of those people who are always bored. Maybe it's time to say, without fear, what it is that we really like. Maybe it's time to value a job and not an illusion. Maybe it's time for industries to be filled with workers, and not with ambitions. Isn't a craftsman a worker? Isn't an artist a worker? Can't a worker have dreams?

Art and fashion. Work and clothes.
Can art exist without work?
Can fashion exist without clothes?
Could we work without dreams,
without that which inspires us?
Neither black, nor white: grey, a grey-less grey.

STEFANIA BORRÁS

15 / 07 / 2010 16:00h



Spanish designer José Miró. She next worked for Burberry Spain, and finally as a designer and the person in charge of the women's department of Marithé + François Girbaud in Spain. This was the last position she held before winning the Joves Emergents (Young Talent) prize in Catalonia and moving on to develop and expand her own brand, Stefania Borrás.

Her talent, reflected in each and every one of her designs, has shown through at the numerous fashion shows in which she has taken place and has helped her to carve a niche for herself in the fashion world.

BIOGRAFIA

Stefania Borrás va iniciar la seva experiència laboral en algunes de les firmes de moda internacionals més prestigioses, començant amb una col·laboració amb el dissenyador nacional José Miró. A continuació va treballar amb Burberry Espanya i, finalment, va ser dissenyadora i responsable del departament de dona de Marithé + François Girbaud a Espanya, últim càrrec que va exercir abans de guanyar el premi de joves emergents de Catalunya i de passar a treballar en el desenvolupament i l'expansió de la seva pròpia marca, Stefania Borrás.

El seu talent, plasmat en cadascun dels seus treballs, ha estat exhibit i mostrat a les nombroses desfilades en què ha participat i que li han permès fer-se un lloc al món de la moda.

BIOGRAFÍA

Stefania Borrás inició su experiencia laboral en algunas de las firmas de moda internacionales más prestigiosas, empezando con una colaboración con el diseñador nacional José Miró. A continuación trabajó con Burberry España y, finalmente, como diseñadora y responsable del departamento de mujer de Marithé + François Girbaud en España, último cargo que desempeñaría antes de ganar el premio de jóvenes emergentes de Catalunya y pasar a trabajar en el desarrollo y expansión de su propia marca, Stefania Borrás.

Su talento, plasmado en cada uno de sus trabajos, ha sido exhibido y mostrado en los numerosos desfiles en los que ha participado y que le han valido para empezar a hacerse un hueco en el mundo de la moda.

BIOGRAPHY

Stefania Borrás began her professional career working at some of the most prestigious international fashion brands, starting out with a collaboration with the

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Stefania Borrás

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Stefania Borrás

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

Av. Meridiana, 52-62.
08018, BARCELONA.

TEL. +34 617 660 693

stefaniaborras@gmail.com
www.stefaniaborras.com



COL·LECCIÓ

Medusse

La NOVA generació S/S 11

Una nova mirada envers la dona, fins ara silenciada, que es capbussa en la vida marina. Medusa és la figura femenina enverinada pel seu propi hàbitat, una crida del món de les profunditats que ens alerta sobre el perill que alberga.

Un cop més, Stefania Borrás ens ensenya els patrons de la fidelitat, l'elegància i la comoditat. Simulant la voluminosa silueta de la medusa, combina tons blancs i crus i també corals, roses i taronges. Els models també es presentaran en un blau fosc, quasi negre, provinent de les profunditats marines.

El volums lleugers i minimalistes ens conviden a un moviment net i flotant. Com és habitual en la marca, la major part dels materials són naturals i també podem veure la nova línia de peces de punt ecològiques: la col·lecció Birth Marks.

En algunes de les peces també veurem estampats fets a mà, però només d'una manera molt subtil... des de la influència del raigs UVA.

COLECCIÓN

Medusse

La NUEVA generación S/S 11

Una nueva mirada a través de la mujer, hasta ahora silenciada, que se sumerge en la vida marina. Medusa es la figura envenenada por su propio hábitat, un grito hacia el mundo de las profundidades que nos alerta sobre el peligro que entraña.

Una vez más, Stefania Borrás nos enseña los patrones de la fidelidad, la elegancia y el confort. Simulando la voluminosa silueta de la medusa, combina los tonos blancos y crudos, así como corales, rosas y naranjas. Los modelos también se representarán en un azul oscuro, casi negro, proveniente de las profundidades del mar.

Los volúmenes ligeros y minimalistas nos invitan a un movimiento limpio y flotante. Como es habitual en la marca, la mayor parte de los materiales son naturales y también podremos ver la nueva línea de prendas de punto ecológico: la colección Birth Marks.

En algunas de las prendas también podemos ver dibujos hechos a mano, pero sólo de una manera muy sutil... desde la influencia de los rayos UVA.

COLLECTION

Medusse

The NEW Generation S/S 11

A new female vision, silenced until now, which immerses itself in the life of the oceans. "Medusse" is the feminine figure poisoned by her own environment, crying out to us from the world of the deep, warning us of the danger that awaits us.

Once again Stefania Borrás shows us the patterns of fidelity, elegance and comfort. Simulating the voluminous silhouette of the jellyfish, she combines mostly white and natural tones, along with coral pinks and oranges. Also present will be the inky black of the ocean depths.

The light, minimal volumes invite clean, floating movements. As usual for the brand, most of the fabrics are natural and this time are combined with the new ecological line of clothing: Birth Marks.

Handmade drawings can also be seen on some of the garments, but only if you look very carefully... and under UV light.

SONGZIO

15 / 07 / 2010 17:00h



BIOGRAFIA

Les colleccions de Songzio han desfilat a les passarel·les de Seül, París, Japó, Hong Kong i Nova York. A més, des de la temporada 2007-2008, ha participat a la Setmana de la Moda Masculina de París.

L'inconfusible disseny de Songzio consisteix en una perfecta simbiosi entre sastreria d'alta tecnologia i lirisme oriental, combinats per obtenir una silueta futurista.

La marca es divideix en quatre línies: Songzio homme, Zio Songzio, Songzio golf i zio Songzio online.

Dins el panorama internacional de la moda, també ha venut els seus dissenys a marques com JOYCE, Harvey-Nichols, OAK, H-Lorenzo, etc.

Els seus dissenys han aparegut en un gran nombre de revistes internacionals, incloses Another, Vogue, Esquire, GQ, Harper's Bazaar, Dazed&Confused, Metal, Surface, Zoo magazine, Arena homme plus, etc.

BIOGRAFÍA

Las colecciones de Songzio han desfilado en las pasarelas de Seül, París, Japón, Hong Kong y Nueva York. Además, desde la temporada 2007-2008, ha participado en la Semana de la Moda Masculina de París.

El inconfundible diseño de Songzio consiste en una perfecta simbiosis entre sastrería de alta tecnología y lirismo oriental, combinados para obtener una silueta futurista.

La marca se divide en cuatro líneas: Songzio homme, zio Songzio, Songzio golf y zio Songzio online.

En el panorama internacional de la moda, también ha vendido sus diseños a marcas como JOYCE, HarveyNichols, OAK, H-Lorenzo, etc.

Sus diseños han aparecido en multitud de revistas internacionales, incluidas Another, Vogue, Esquire, GQ, Harper's Bazaar, Dazed&Confused, Metal, Surface, Zoo magazine, Arena homme plus, etc.

BIOGRAPHY

Songzio's collections have been displayed in Seoul, Paris, Japan, Hong Kong and New York. Additionally, he has participated in the Men's Collection in Paris since 2007-8.

Songzio's signature is high-tech tailoring and oriental lyricism melted into futuristic silhouettes.

He has four different brands: Songzio homme, zio Songzio, Songzio golf, and zio Songzio online.

His creations are also sold internationally through JOYCE, Harvey Nichols, OAK, H-Lorenzo, etc.

His work has been featured in many international magazines such as Another, Vogue, Esquire, GQ, Harper's Bazaar, Dazed&Confused, Metal, Surface, Zoo Magazine, and Arena Homme Plus, among others.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Songzio

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Songzio

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

279-4, Seongsu-3dong,
Seongsu-2ga, Seongdong-gu
133-832 Seoul, South Korea

TEL. +82 (0) 2 468 2663
+82 (0) 2 468 2616

www.songzio.com

info@songzio.com

model2actor@naver.com

COL·LECCIÓ

**Brisa de primavera que acaricia suaument el salze
La branca xopa a l'estany segueix el camí del vent
Al meu voltant es mou en cercles, en espera
Un petó, una abraçada, tremolant de felicitat
Emet un gemec lleuger
Pensant en tu, ella és el meu vent**

La col·lecció de Songzio és una encarnació de la identitat dels seus dissenys: l'aspiració.

Els dissenys de Songzio representen el viatge que emprèn un jove en cerca dels seus somnis.

Les seves creacions estan basades en un heroisme inspirat en estructures arquitectòniques avantguardistes i refinades.

L'estil únic de Songzio combina la sastreria d'alta tecnologia i el lirisme oriental per obtenir una silueta futurista.

Els seus pantalons amples i estil sarouel accentuen la masculinitat, combinats amb jerseis i camises confeccionats amb teixits d'alta tecnologia.

Colors: tonalitats de blanc, cru, marfil, beix marfil.

Combinacions de beix gris, caramel, marró.

Tonalitats de negres i grisos.

Teles: teles d'alta tecnologia com aero cool, cool max, llana suau de microfibres, fil de lli, cotó, seda, teixits de punt amb fibres metàl·liques, teixits de punt sedosos, llana suau o ant.

Accessoris: esculturals turmelleres, polseres, arracades i anells realitzats a mida de manera artesanal.

Calçat: sandàlies d'estil grec o romà que accentuen la combinació retro-futurista.

Altres: gorres i barrets modificats realitzats en col·laboració amb Christophe Coppen.

COLECCIÓN

**Brisa de primavera que acaricia suavemente el sauce
La rama empapada en el estanque sigue el camino del viento**

A mi alrededor se mueve en círculos, a la espera

Un beso, un abrazo, temblando de felicidad

Emite un ligero gemido

Pensando en ti, ella es mi viento

La colección de Songzio es una encarnación de la identidad de sus diseños: la aspiración.

Los diseños de Songzio representan el viaje que emprende un joven en busca de sus sueños.

Sus creaciones están basadas en un heroísmo inspirado en estructuras arquitectónicas vanguardistas y refinadas.

El estilo único de Songzio combina la sastrería de alta tecnología y el lirismo oriental para obtener una silueta futurista.

Sus pantalones anchos y estilo sarouel acentúan la masculinidad, combinados con jerséis y camisas

confeccionados con tejidos de alta tecnología.

Colores: tonalidades de blanco, crudo, marfil, beis marfil.

Combinaciones de beis gris, caramelo, marrón.

Tonalidades de negros y grises.

Telas: telas de alta tecnología tales como aero cool, cool max, lana suave de microfibras, hilo de lino, algodón, seda, tejidos de punto con fibras metálicas, tejidos de punto sedosos, lana suave o ante.

Accesorios: esculturales tobilleras, pulseras, pendientes y anillos realizados a medida de forma artesanal.

Calzado: sandalias de estilo griego o romano que acentúan la combinación retro-futurista.

Otros: gorras y sombreros modificados realizados en colaboración con Christophe Coppen.

COLLECTION

Spring breeze gently caresses the willow.

Bough soaked in the pond follows the wind.

She is circling and lingering around me.

One Kiss, One Embrace, Trembling with bliss,

She lets out a faint moan.

Thinking of you, she is my wind.

Songzio's collection exemplifies his design identity: Aspiration.

Songzio's designs embody the journey that a young man takes to achieve his dreams.

Songzio's designs encompass a heroic theme based on architectural, refined, avant-garde structures.

Songzio's signature style is high-tech tailoring and oriental lyricism melted into futuristic silhouettes.

Wide sarouel trousers that accentuate masculinity, plus jumpers and shirts made of high-tech fabrics.

Colours: White tone on tone – off white, ivory, and ivory beige

Coordination of green beige, camel, and brown

Black with grey tone on tone

Fabrics: High-tech materials like aero cool, cool max, micro fiber soft wool, linen yarn, cotton, silk, metallic fiber knit, silky jersey, soft touch lamb, and suede leather.

Accessories: Anklets, bracelets, earrings, and rings are specially made to order in a craft style reminiscent of sculpture.

Shoes: Greek- and Roman-style sandals exemplify the combination of retro and futuristic imagery.

Others: Modified hat and caps in collaboration with Christophe Coppen.

KARLOTALASPALAS

15 / 07 / 2010 18:30h



BIOGRAPHY

Karlota Laspalas (Pamplona, 1981) is a young Barcelona-based designer. She studied Fashion Design at the Escola Superior de Disseny i Moda Felicidad Duce, where in 2008 she was awarded the prize for best graduation collection. Her collections have been shown at numerous contests and catwalks in Spain and elsewhere in Europe, including Murcia, Bilbao, Gorizia, Berlin, Madrid and Barcelona, and her work has won her a number of prizes. Nowadays she divides her time between designing and producing for her own label, karlotalaspalas, and working on private commissions.

She was one of the winners at the latest edition (January 2010) of 080 Barcelona Fashion.

BIOGRAFIA

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

Ha estat una de les guanyadores de la darrera edició (gener 2010) del 080 Barcelona Fashion.

BIOGRAFÍA

Karlota Laspalas (Pamplona, 1981) es una joven diseñadora establecida en Barcelona. Cursó estudios de Diseño de moda en la Escola Superior de Disseny i Moda Felicidad Duce, donde obtuvo el premio a la mejor colección de su graduación (2008). Ha presentado sus colecciones en numerosos concursos y pasarelas de España y Europa, como Murcia, Bilbao, Gorizia, Berlín, Madrid y Barcelona, y ha conseguido diversos premios por su trabajo. En la actualidad compagina el diseño y la producción de su propia firma, karlotalaspalas, con la realización de encargos privados.

Ha sido una de las ganadoras de la última edición (enero 2010) del 080 Barcelona Fashion.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Karlota Laspalas

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Karlotalaspalas

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

Gran Via de les Corts Catalanes, 476, 1r - la
08015 Barcelona, (SP)

TEL. +34 630 057 127

www.karlotalaspalas.com

info@karlotalaspalas.com

COL·LECCIÓ

451

Avui, queden cendres,
déus llançant vòmits,
malediccions que abrasen la brisa,
la contaminen,
la fan irrespirable.
Ocells ferits, ales trencades,
àngels amb rostres deformes
i la devastació que queda
després de totes les ires.

Migdalia B

COLECCIÓN

451

Hoy, quedan cenizas,
dioses arrojando vómitos,
maldiciones que abrasan la brisa,
la contaminan,
la hacen irrespirable.
Pájaros heridos, alas rotas,
ángeles con rostros deformes
y la devastación que queda
después de todas las iras.

Migdalia B

COLLECTION

451

Today, only ashes remain,
gods vomiting out
curses that scorch the breeze,
polluting it,
making it unbreathable.
Injured birds, broken wings,
angels with deformed faces
and the devastation that is left,
after all the rage.

Migdalia B

LEE JEAN YOUN

15 / 07 / 2010 19:30h



BIOGRAFIA

Lee Jean Youn va néixer a Corea del Sud l'any 1978 i es va graduar a la Hongik University amb un Doctorat en Disseny de Moda. Va ser declarat guanyador de la 2a edició dels premis de moda El Botón-MANGO a Barcelona l'any passat i va obtenir el reconeixement de figures clau de la moda com Oscar de la Renta i Nina García. La seva col·lecció d'edició limitada LEE JEAN YOUN per a MANGO es va llançar al maig a diferents països. Al llarg dels seus 12 anys de carrera, ha guanyat nombrosos premis, inclosos el premi del jurat del 21st Century Superiority Talent Award, el Grand Prix Seoul Venture Design Collection i el Grand Prix 2nd Doota Venture Designer Contest. Els seus dissenys han desfilat a la Setmana de la Moda Qingdao de la Xina, la Setmana de la Moda de Hong Kong, la fira Who's Next de París i a Las Vegas Magic Show. Recentment, va presentar la seva col·lecció d'Alta Costura 2010 a París. Tot adoptant i combinant les perspectives occidentals i orientals, les creacions d'alta costura de Lee Jean Youn exemplifiquen la senzillesa d'estil i el luxe clàssic, aportant nous conceptes cada any que enalteixen la bellesa de les peces coreanes.

BIOGRAFÍA

Lee Jean Youn nació en Corea del Sur en 1978 y se graduó en la Hongik University con un Doctorado en Diseño de Moda. Fue declarado ganador de la 2ª edición de los premios de moda El Botón-MANGO en Barcelona el año pasado y obtuvo el reconocimiento de figuras clave de la moda tales como Oscar de la Renta y Nina García. Su colección de edición limitada LEE JEAN YOUN para MANGO se lanzó en mayo en diferentes países. A lo largo de sus 12 años de carrera, ha ganado numerosos premios, incluidos el premio del jurado del 21st Century Superiority Talent Award, el Grand Prix Seoul Venture Design Collection y el Grand Prix 2nd Doota Venture Designer Contest. Sus diseños han desfilado en la Semana de la Moda Qingdao de China, la Semana de la Moda de Hong Kong, la feria Who's Next de París y en Las Vegas Magic Show. Recientemente, presentó su colección de Alta Costura 2010 en París. Adoptando y combinando las perspectivas occidentales y orientales, las creaciones de alta costura de Lee Jean Youn ejemplifican la sencillez de estilo y el lujo clásico, aportando nuevos conceptos cada año que ensalzan la belleza de las prendas coreanas.

BIOGRAPHY

Lee Jean Youn was born in South Korea in 1978 and graduated with a Doctorate in Fashion Design from Hongik University. He was named the winner of the 2nd Edition of El Botón-MANGO Fashion Awards in Barcelona last year and has received recognition from major names in the world of fashion, such as Oscar de la Renta and Nina Garcia. His limited-edition collection, LEE JEAN YOUN for MANGO was launched in May in several different countries. Throughout his 12-year career, he has won numerous awards including the Jury Prize of the 21st Century Superiority Talent Award, the Grand Prix Seoul Venture Design Collection and the Grand Prix 2nd Doota Venture Designer Contest. His designs have been exhibited at China Qingdao Fashion Week, Hong Kong Fashion Week, the "Who's Next" Fair in Paris and the Las Vegas Magic Show. More recently, he debuted his 2010 Haute Couture Collection in Paris. Embracing both Eastern and Western perspectives, Lee Jean Youn's haute couture creations exemplify a certain simplicity of style and classic luxury, combined each year with new concepts to glorify the beauty of Korean garments.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER

Lee Jean Youn

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND

Lee Jean Youn

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS

5F, LEE Building, 211-3, Chungshin
Jongro, Seoul, 110-845

www.leejeanyoun.com

COL·LECCIÓ

El concepte fonamental del disseny de la col·lecció de Lee Jean Youn reflecteix el *Prajñāparamita Hrdaya Sutra* (sutra de l'essència de la saviesa). Buda va dir que l'amor és un tipus de destí, és alleujament del dolor, ho fa tot possible. L'amor incondicional és l'entrada més profunda a allò més recòndit de l'enteniment, en ser neutralitat i acceptació sense obstruccions. Lee aplica la teoria de "Tot el que és forma, és buit; tot el que és buit, es forma" a les diferents textures dels materials (transparent vs. opac, victorià vs. surrealista...), integrant-los en dissenys subtils, simples i sostenibles que encarnen el "camí intermedi".

Lee divideix la seva col·lecció en quatre temes principals: llargs, flors, combinació de materials lleugers (combina organa i caixmir, etc.) i, per últim, cua llarga i vel. El disseny està inspirat en l'època victoriana del segle XIX, amb un toc de surrealisme. A més, la incorporació de formes de marietes i flamencs a les sabates, els barrets i els colls, afegeix tocs d'humor, imaginació i color a les seves extraordinàries creacions.

COLECCIÓN

El concepto fundamental del diseño de la colección de Lee Jean Youn refleja el *Prajñāparamita Hrdaya Sutra* (sutra de la esencia de la sabiduría). Buda dijo que el amor es un tipo de destino, es alivio del dolor, lo hace todo posible. El amor incondicional es la entrada más profunda a lo más recóndito del entendimiento, al ser neutralidad y aceptación sin obstrucciones. Lee aplica la teoría de "Todo lo que es forma, es vacío; todo lo que es vacío, es forma" a las diferentes texturas de los materiales (transparente vs. opaco, victoriano vs. surrealista...), integrándolos en diseños sutiles, simples y sostenibles que encarnan el "camino intermedio".

Lee divide su colección en cuatro temas principales: lazos, flores, combinación de materiales ligeros (combina organza y cachemir, etc.) y, por último, larga cola y velo. El diseño está inspirado en la época victoriana del siglo XIX, con un toque de surrealismo. Además, al incorporar formas de mariposas y flamencos en sus zapatos, sombreros y cuellos, añade toques de humor, imaginación y color a sus extraordinarias creaciones.

COLLECTION

The fundamental design concept of Lee Jean Youn's collection echoes the *Prajñāparamita Hrdaya Sutra* (The Essence of Perfect Wisdom). Buddha said love is a kind of destiny; love is a relief from pain; love makes everything possible. Unconditional love is the most profound entrance into the deepest recesses of

understanding because it is unobstructed neutrality and acceptance. Lee applies the theory of "Form is emptiness; emptiness is form" to different textures, see-through vs opaque, Victorian vs Surrealism, and integrates them into these subtle, simple and sustainable designs; an authentic example of "taking the middle path".

Lee divides his collection into four major themes: Bows; Flowers; Light Fabric Combination (combining organza and cashmere, etc.); Long Trail and Veil. The designs are inspired by the 19th century Victorian era, with just a pinch of surrealism. By incorporating the shape of the ladybird and the flamingo into his shoes, hats and dress collars, Lee adds an amusing splash of imagination and colour into his extraordinary creations.

JAN IÚ MÉS

15 / 07 / 2010 20:30h



BIOGRAFIA

Jan Zamora i Alfonso Peña conformen la marca de roba masculina Jan Iú Més, establerta a Barcelona. Reivindiquen la revisió de la sastreria com la base de tot, adaptant-la al seu gust per l'austeritat i l'obscuritat.

Han participat a la Passarel·la Gaudí (Barcelona), Pasarela Abierta (Múrcia), Noovo Festival (Santiago de Compostel·la), 080 Barcelona Fashion (Barcelona) i Cibeles Madrid Fashion Week. També han estat finalistes dels "Gen Art Styles 2007, International Design Competition" a Nova York, i han estat entre els cinc guanyadors del "Design am Rhein 2009" de Düsseldorf.

Jan Iú Més ha presentat les seves col·leccions a fires o showrooms internacionals com ara Rendez-Vous Homme Paris, Projekt Galerie de Berlín i el Showroom Romeo de París. La col·lecció tardor/hivern 2010-2011 estarà present al saló Tranoï Homme del 22 al 24 de gener de 2010.

Entre les seves aparicions en premsa cal destacar Dazed & Confused (Japó), Surface (Nova York), MetroPop (Los Angeles), Kult Magazine (Itàlia), Neo 2 (Espanya), B-guided (Espanya), Tendencias (Espanya), Time-out (Barcelona i Tel-Aviv), Collezioni Uomo (Itàlia), entre altres.

Ha estat un dels guanyadors de la darrera edició (gener 2010) del 080 Barcelona Fashion.

BIOGRAFÍA

Jan Zamora y Alfonso Peña conforman la marca de ropa masculina Jan Iú Més, establecida en Barcelona. Reivindican la revisión de la sastrería como la base de todo, adaptándola a su gusto por la austeridad y la oscuridad.

Han participado en la Pasarela Gaudí (Barcelona),

Pasarela Abierta (Murcia), Noovo Festival (Santiago de Compostela), 080 Barcelona Fashion (Barcelona) y Cibeles Madrid Fashion Week. También han sido finalistas de los "Gen Art Styles 2007, International Design Competition", en Nueva York, y han estado entre los cinco ganadores del "Design am Rhein 2009" de Düsseldorf.

Jan Iú Més ha presentado sus colecciones en ferias internacionales o showrooms como Rendez-Vous Homme Paris y Projekt Galerie de Berlín y el Showroom Romeo de París. La colección otoño/invierno 2010-2011 estará presente en el salón Tranoï Homme de 22 al 24 de enero de 2010.

Entre sus apariciones en prensa cabe destacar Dazed & Confused (Japón), Surface (Nueva York), MetroPop (Los Ángeles), Kult Magazine (Italia), Neo2 (España), B-guided (España), Tendencias (España), Time-out (Barcelona y Tel-Aviv) y Collezioni Uomo (Italia), entre otras.

Ha sido uno de los ganadores de la última edición (enero 2010) del 080 Barcelona Fashion.

BIOGRAPHY

Jan Zamora and Alfonso Peña make up the brand Jan Iú Més for male clothing that established itself in Barcelona. They restore the understanding as a tailor as being the foundation of everything and adapt the trade to their taste, full of austerity and darkness.

They have participated in several fashion shows such as the Pasarela Gaudí (in Barcelona), the Pasarela Abierta (in Murcia), the Noovo Festival (in Santiago de Compostela), the 080 Barcelona Fashion (Barcelona) and the Cibeles Madrid Fashion Week. They were also among the finalists of the Gen Art Styles 2007, the International Design Competition in New York and were among the five winners at Design am Rhein 2009 in Düsseldorf.

Jan Iú Més have presented their collections at international fairs and showrooms such as Rendez-Vous Homme Paris and Projekt Galerie in Berlin and the Showroom Romeo in Paris. The autumn/winter collection 2010/2011 will be presented at the Tranoï Homme from 22 to 24 January 2010.

Press releases to be noted are Dazed & Confused (Japan), Surface (New York), MetroPop (Los Angeles), Kult Magazine (Italy), Neo2 (Spain), B-guided (Spain), Tendencias (Spain), Time-out (Barcelona and Tel-Aviv), Collezioni Uomo (Italy), among others.

He was one of the winners at the latest edition (January 2010) of 080 Barcelona Fashion.

DISSENYADOR / DISEÑADOR / DESIGNER
Joan M. Zamora i Royo & Alfonso Peña Carreras

MARCA COMERCIAL / COMMERCIAL BRAND
Jan Iú Més

ADREÇA / DIRECCIÓN / ADDRESS
Jan Iú Més.studio
Av. República Argentina, 91-93, 1º-3ª
08023 Barcelona Espanya

TEL. +34 677 633 238
TEL. +34 626 827 140

www.janiumes.com
info@janiumes.com



COL·LECCIÓ

Concepte: explosió, implosió, efervescència

Siluetes: enganxada, estirada i lànguida

Cromatisme: negre, nude i paleta de colors

Matèries: cotons, lls i pells

Tractament: relleu, estampat i picat

COLECCIÓN

Concepto: explosión, implosión, efervescencia

Siluetas: pegada, estirada y lánguida

Cromatismo: negro, nude y paleta de colores

Materias: algodones, linos y pieles

Tratamiento: relieve, estampado y picado

COLLECTION

Concept: explosion, implosion, effervescence

Silhouette: tight, stretched and languid

Colours: black, nude and colour palette

Materials: cotton, linen and leather

Treatment: relief, printed and cut



The image features a close-up of several red butterfly wings against a solid black background. The wings are spread out, showing their intricate vein patterns and scalloped edges. The lighting highlights the texture of the wing scales. The word "SHOWROOM" is centered in the upper half of the image in a white, sans-serif font.

SHOWROOM

SHOWROOM

13 / 07 / 2010
14.00h a 20.00h

A&C - ARCOBALENA

Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address

Stadsweg, 5
B-9500 Geraardsbergen,
Bèlgica
Tel. +32 (0) 2 478 00 96
Fax +32 (0) 5 441 02 76
Besam.engineeringcarlet.be
www.ac.no
www.arcobalena.com

Agent / Agente / Agent

Paquita Cortés Álvarez
Tel. +34 667 714 701
pcabijoux@hotmail.com

ABBIE / ACIA

Dona / Mujer / Woman

ASSOCIATION DES
CRÉATEURS D'ISSY
ET D'AILLEURS

Adreça / Dirección / Address

49, Rue du Général Leclerc
92130 Issy les Moulineaux,
França
Tel. +33 679 415 938
Isabelle Ferré
abbiecrea@hotmail.fr
acia@acia-online.fr
www.acia-online.fr

Resp. Comercial / Sales Executive

Angèlique Bouchet - Lanat

Agent / Agente / Agent

lili.k.wet@free.fr

14 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

ALEX SCHRIJVERS

*Complements / Complementos /
Accessories*

FLANDERS FASHION INSTITUTE

L'FFI és una unitat del Flanders District of Creativity que estimula l'emprenedoria a la indústria de la moda de Flanders, sensibilitza els dissenyadors sobre la importància de les habilitats empresarials, els orienta professionalment i promou la moda de Flanders.

El FFI es una unidad del Flanders District of Creativity que estimula el espíritu empresarial en la industria de la moda de Flanders, sensibiliza a los diseñadores sobre la importancia de las habilidades empresariales, los orienta profesionalmente y promueve la moda de Flanders.

FFI is a unit of Flanders District of Creativity. It stimulates entrepreneurship within the fashion industry in Flanders, makes designers aware of the importance of business skills, guides them in their careers and promotes fashion from Flanders.

www.ffi.be
www.flandersdc.be

Adreça / Dirección / Address

Isabella Brantstraat, 45
2018 Anvers, Bèlgica
Tel. +32 498 432 010
Fax +32 3 257 09 49
karen@eberlue.eu
www.alexschrijvers.be
www.eberlue.eu

Director / Manager

Michiel Van Rossum

Resp. Comercial / Sales Executive

Karen Willems

15 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

ALEXIS REYNA

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW

14/07/2010 · 18.30 h

Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address

c/ Robadors, 27, 1r 2a
08001 Barcelona, Espanya
Tel. +34 630 857 906
alexis.m.reyna@gmail.com

Director / Manager

Alexis Reyna

Resp. Comercial / Sales Executive

Alexis Reyna

Agent / Agente / Agent

Olga Beatriz Reyna

Prensa / Prensa / Press

Doble Penetració S.L.

ANGELO MIO ARGENTO

Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address

155, Chemin de Fromentin
69380 Chasselay, França
Tel. +33 674 822 305
rocco.amoroso@orange.fr
www.angelo-mio.com

ARTESANIA CATALUNYA / CCAM

Joyeria / Joyería / Jewelry

*Complements / Complementos /
Accessories*

Adreça / Dirección / Address

c/ Banyes Nous, 11
08002 Barcelona, Espanya
Tel. +34 934 674 660
Fax +34 934 674 670
info@artesanias-catalunya.com
www.artesanias-catalunya.com
www.ccam.cat

SHOWROOM

13 / 07 / 2010
14.00h a 20.00h

14 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

15 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

BABYLONE

Joyeria / Joyería / Jewelry

Adreça / Dirección / Address

23 Rue Michel le Comte
75003 Paris, França
Tel. +33 1 48 047 574
M. +33 607 747 370
Fax +33 1 48 048 795
info@babyloneparis.com
www.babyloneparis.com

Director / Manager

Christine Laaban

Resp. Comercial / Sales Executive

Michelle Lebaron

BARONBARONNE

Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address

22, Rue des quatre Vents
75006 Paris, França
Tel. +33 669 259 354
electroniccommercial@baronbaronne.com
www.baronbaronne.com

Director / Manager

Lambert Perera

Resp. Comercial / Sales Executive

Linda Ouidir

Agent / Agente / Agent

Icon Tokyo

Prensa / Prensa / Press

Bs Pr
Chiaki Shin
Tokio, Japó

BIBIAN BLUE

Home / Hombre / Man

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW
14 / 07 / 2010 • 12.00 h

Adreça / Dirección / Address

c/ Torres i Amat, 13
08001 Barcelona, Espanya
info@bibianblue.com
www.bibianblue.com

CARDONA BONACHE

Dona / Mujer / Woman

PROJECTE BRESSOL

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW

13 / 07 / 2010 • 20.30 h

Adreça / Dirección / Address

Av. Meridiana, 53-62, 1a planta
08018 Barcelona, Espanya
Tel. +34 659 943 272
info@cardonabonache.com
www.cardonabonache.com

CARLOS NARANJO

Complements / Complementos / Accessories

Adreça / Dirección / Address

Pol. Ind. "La Piel" Naves 33-34
11600 Ubrique, Espanya
Tel. +34 956 463 975
Fax +34 956 463 974
info@carlos-naranjo.com

CELIA VELA

Dona / Mujer / Woman

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW
15 / 07 / 2010 • 12.00 h

Adreça / Dirección / Address

c/ Banyuls, 2, baixos
17600 Figueres, Espanya
Tel. +34 972 674 617
central@celiavela.com
www.celiavela.com

CROXÉ

Joyeria / Joyería / Jewelry

Adreça / Dirección / Address

c/ Major de Sant Pere, 50, Baixos
08222 Terrassa, Espanya
Tel. +34 937 310 992
M. +34 685 117 284
augusto@croxe.com
www.croxe.com

Director / Manager

Augusto Roza

Resp. Comercial / Sales Executive

Augusto Roza

Prensa / Prensa / Press

IN House

CURIUM

Complements / Complementos / Accessories

Adreça / Dirección / Address

Av. Meridiana, 62
08018 Barcelona, Espanya
Tel. +34 677 807 751
+34 619 353 963

mail@curium.es

www.curium.es

Director / Manager

Sofia Pastor

Carlos Redondo

Resp. Comercial / Sales Executive

Sofia Pastor

Carlos Redondo

DAVID CABRA

Home / Hombre / Man

MODAFAD

Adreça / Dirección / Address

Ptge. Cinc Torres, 3D, 1r 1a
08029 Barcelona, Espanya
Tel. +34 671 232 219
davidcabraj@yahoo.com
www.davidcabra.blogspot.com

Director / Manager

David Cabra

DIAMONDS AND ROCK

Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address

13, Rue Washington
75008 Paris, França
Tel. +33 612 263 520
georgesmak@hotmail.fr
www.showroom-mosaique.com

Director / Manager

Georges Mak

Resp. Comercial / Sales Executive

Georges Mak & Kim Sahyoun

www.showroom-mosaique.com

Prensa / Prensa / Press

Interne

SHOWROOM

13 / 07 / 2010
14.00h a 20.00h

DRAPS DISSENY

Complements / Complementos / Accessories

Adreça / Dirección / Address
c/ Miguel de Cervantes, 24-26
08830 Sant Boi de Llobregat,
Espanya
Tel/Fax +34 936 544 281
mvdraps@telefonica.net
Director / Manager
Montse Vilardosa Subirats
Resp. Comercial / Sales Executive
Montse Vilardosa Subirats

FLAVIA DUARTE

Dona / Mujer / Woman
MODAFAD

Adreça / Dirección / Address
c/ Blai, 59
08004 Barcelona, Espanya
Tel. +34 678 340 878
contacto.flaviaduarte@gmail.com

IAN MOSH

Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address
Pol.Errotatxu, 4B Azul
48992 Getxo, Espanya
Tel. +34 944 606 557
Fax +34 944 608 328
ianmosh@ianmosh.com
www.ianmosh.com
Director / Manager
Aritz Irugarizaga

JAN IÚ MÉS

Home / Hombre / Man
DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW
15/07/2010 · 20.30h

Adreça / Dirección / Address
Av. República Argentina,
91-93, 1r 3a
08023 Barcelona, Espanya
Tel. +34 677 633 238
+34 626 827 140
info@janiumes.com
www.janiumes.com

14 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

JOANNEVANDEN AVENNE

Dona / Mujer / Woman

FLANDERS FASHION
INSTITUTE
L'FFI és una unitat del Flanders
District of Creativity que estimula
l'emprenedoria a la indústria de
la moda de Flanders, sensibilitza
els dissenyadors sobre la impor-
tància de les habilitats empresar-
ials, els orienta professionalment
i promou la moda de Flanders.

El FFI es una unidad del Flanders
District of Creativity que estimula
el espíritu empresarial en la indus-
tria de la moda de Flanders, sensi-
biliza a los diseñadores sobre la
importancia de las habilidades
empresariales, los orienta profes-
ionalmente y promueve la moda
de Flanders.

FFI is a unit of Flanders District
of Creativity. It stimulates entre-
preneurship within the fashion
industry in Flanders, makes desig-
ners aware of the importance of
business skills, guides them in their
careers and promotes fashion
from Flanders.

www.ffi.be
www.flandersdc.be

Adreça / Dirección / Address
Wolvenstraat, 21
8500 Kortrijk, Bèlgica
Tel. +32 473 220 001
joanne@joannevandenavenne.com
www.joannevandenavenne.com

15 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

JOSEP ABRIL

Home / Hombre / Man

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW
13/07/2010 · 17.00h

Adreça / Dirección / Address
c/ Consell de Cent, 159
08015 Barcelona, Espanya
Tel. +34 934 536 892
contact@josepabril.com
www.josepabril.com
Director / Manager
Josep Abril
Resp. Comercial / Sales Executive
Ignasi Rodriguez
Agent / Agente / Agent
Ignasi Rodriguez
ignasi@josepabril.com
Prensa / Prensa / Press
Emblem Comunicació

JUAN ANTONIO ÁVALOS

Home / Hombre / Man

PROJECTE BRESSOL
DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW
13/07/2010 · 19.30h

Adreça / Dirección / Address
Av. Meridiana, 62
Edifici Duerto, 1a Planta
08018 Barcelona, Espanya
Tel. +34 661 313 080
jaa@juanantonioavalos.com
www.juanantonioavalos.com
Director / Manager
Juan Antonio Rubio Ávalos
Resp. Comercial / Sales Executive
Veronica Medina Cano
Agent / Agente / Agent
Veronica Medina Cano
Prensa / Prensa / Press
Juan Antonio Rubio Ávalos

SHOWROOM

13 / 07 / 2010
14.00h a 20.00h

JUAN HERNANDEZ DAELS

Dona / Mujer / Woman

FLANDERS FASHION INSTITUTE

L'FFI és una unitat del Flanders District of Creativity que estimula l'emprenedoria a la indústria de la moda de Flanders, sensibilitza els dissenyadors sobre la importància de les habilitats empresarials, els orienta professionalment i promou la moda de Flanders.

El FFI es una unidad del Flanders District of Creativity que estimula el espíritu empresarial en la industria de la moda de Flanders, sensibiliza a los diseñadores sobre la importancia de las habilidades empresariales, los orienta profesionalmente y promueve la moda de Flanders.

FFI is a unit of Flanders District of Creativity. It stimulates entrepreneurship within the fashion industry in Flanders, makes designers aware of the importance of business skills, guides them in their careers and promotes fashion from Flanders.

www.ffi.be
www.flandersdc.be

Adreça / Dirección / Address

Frankrijkei, 138
2000 Anvers, Bèlgica
Tel. +32 32 330 401
info@juanhernandezdaels.com
www.juanhernandezdaels.com

Director / Manager

Daniel Janssens

Resp. Comercial / Sales Executive

Julie Dorny

Prensa / Prensa / Press

press@juanhernandezdaels.com

14 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

JUUN.J

Home / Hombre / Man

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW
14 / 07 / 2010 • 19.30 h

Adreça / Dirección / Address

3F Raemina Building, 524-17,
Sinsa Dong, Kangnam-gu
135-888 Seül, Corea del Sud
Tel. +82 25 150 351 / 343
Fax +82 25 150 352
www.juunj.com

Prensa / Prensa / Press

Totem, Kuki de Salvartes
16, Villa Gaudet
75011 Paris, France
Tel. +33 149 237 979
Fax +33 149 237 990
kuki@totemfashion.com
www.totemfashion.com

KARLOTALASPALAS

Home / Hombre / Man

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW
15 / 07 / 2010 • 18.30 h

Adreça / Dirección / Address

Gran Vía de les Corts Catalanes,
476, 1r 1a
08015 Barcelona, Espanya
Tel. +34 630 057 127
info@karlotalaspalas.com
www.karlotalaspalas.com

Director / Manager

Iñigo Rebull

Resp. Comercial / Sales Executive

Iñigo Rebull
Tel. +34 675 756 841

15 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

KRIZIA ROBUSTELLA

Dona / Mujer / Woman

PROJECTE BRESSOL
DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW
14 / 07 / 2010 • 16.00 h

Adreça / Dirección / Address

c/ Montsió, 6 bis
08002 Barcelona, Espanya
Tel. +34 933 170 210
krizia@kriziarobustella.com
www.kriziarobustella.com

Director / Manager

Krizia Robustella

Resp. Comercial / Sales Executive

Krizia Robustella

Agent / Agente / Agent

Krizia Robustella

Prensa / Prensa / Press

Krizia Robustella

LEE JEANYOUN

Dona / Mujer / Woman

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW
15 / 07 / 2010 • 19.30 h

Adreça / Dirección / Address

5F, Lee Building, 211-3,
Chungshin
110-845 Jongro, Seül,
Corea del Sud
Tel. +82 0 708 269 8296
www.leejeanyoun.com

LES CRÉATIONS D'ANAÏS / ACIA

Joyeria / Joyería / Jewelry

ASSOCIATION DES
CRÉATEURS D'ISSY ET
D'AILLEURS

Adreça / Dirección / Address

49, Rue du Général Leclerc
92130 Issy les Moulineaux,
França

Tel. +33 679 415 938

Anaïs Froissart

lescreationsdanaïs@gmail.com

acia@acia-online.fr

www.acia-online.fr

Resp. Comercial / Sales Executive

Angèlique Bouchet - Lanat

Agent / Agente / Agent

lili.k.wet@free.fr

SHOWROOM

13 / 07 / 2010
14.00h a 20.00h

LES TRES GERMANES

Complements / Complementos / Accessories

Adreça / Dirección / Address

c/ De la font, 40
43365 Alforja, Espanya
Tel. +34 626 110 289
lestresgermanes@yahoo.es
www.lestresgermanes.cat

Director / Manager

Mònica Salvadó Artells

Resp. Comercial / Sales Executive

Josep Miralles Llàcer

LILI K WET/ ACIA

Complements / Complementos / Accessories

ASSOCIATION DES
CRÉATEURS D'ISSY ET
D'AILLEURS

Adreça / Dirección / Address

49, Rue du Général Leclerc
92130 Issy les Moulineaux,
França
Tel. +33 679 415 938
acia@acia-online.fr
www.acia-online.fr

Resp. Comercial / Sales Executive

Angèlique Bouchet - Lanat

Agent / Agente / Agent

lili.k.wet@free.fr

LOBELIA BULLE / ACIA

Complements / Complementos / Accessories

ASSOCIATION DES
CRÉATEURS D'ISSY ET
D'AILLEURS

Adreça / Dirección / Address

49, Rue du Général Leclerc
92130 Issy les Moulineaux,
França
Tel. Tel. +33 679 415 938
Carole Crain
lobelia.bulle@gmail.com
acia@acia-online.fr
www.acia-online.fr

Resp. Comercial / Sales Executive

Angèlique Bouchet - Lanat

Agent / Agente / Agent

lili.k.wet@free.fr

14 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

MANISH ARORA

Dona / Mujer / Woman

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW

13/07/2010 · 21.30h

Adreça / Dirección / Address

Three Clothing Private
Limited. A-59 sector -4
201301 Noida, Uttar Pradesh,
India

Tel. +91 120 253 5445/50

Fax +91 120 253 5462

info@threeclothingco.com

www.manisharora.ws

Agent / Agente / Agent

Totem, Kuki de Salvartes

16, Villa Gaudet

75011 Paris, França

Tel. +33 149 237 979

+33 149 237 990

kuki@totemfashion.com

www.totemfashion.com

MANUEL BOLAÑO

Dona / Mujer / Woman

PROJECTE BRESSOL

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW

14/07/2010 · 20.30h

Adreça / Dirección / Address

Av. Meridiana, 53-62
08018 Barcelona, Espanya
Tel. +34 679 630 807
info@manuelbolano.com
www.manuelbolano.com

Director / Manager

Manuel Bolaño

Resp. Comercial / Sales Executive

Manuel Bolaño

Prensa / Prensa / Press

System D

Contacte / Contacto / Contact

Jean- Luc Dupont

Tel. +33 140 264 781

mail@systeme-D.net

MARIA TERESA ROSELL

Joyeria / Joyería / Jewelry

Adreça / Dirección / Address

c/ Llançà, 56, 1r 4a
08015 Barcelona, Espanya
Tel. +34 616 709 101
teresa_joies@yahoo.es

15 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

MIRIAM PONSÀ

Dona / Mujer / Woman

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW

13/07/2010 · 16.00h

Adreça / Dirección / Address

c/ Bruc, 25
08241 Manresa, Espanya
Tel. +34 938 721 758
Fax +34 938 728 753
enric@miriamponsa.com
www.miriamponsa.com

MISS GRENADINE

Joyeria / Joyería / Jewelry

Adreça / Dirección / Address

Passage du moins rous
45100 Orleans, França
Tel. +33 664 525 391
info@missgrenadine.com
www.missgrenadine.com

MONTSE LIARTE

Dona / Mujer / Woman

PROJECTE BRESSOL

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW

13/07/2010 · 18.30h

Adreça / Dirección / Address

Psg. Maragall, 203, 4t 2a
08041 Barcelona, Espanya
Tel. +34 679 272 467
info@montseliarte.com
www.montseliarte.com

Director / Manager

Montse Liarte

Resp. Comercial / Sales Executive

Montse Liarte

Prensa / Prensa / Press

.+34pressroom

SHOWROOM

13 / 07 / 2010
14.00h a 20.00h

MUSCOVITES BY MASHA KRAVTSOVA

Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address

Via Europa, 19
63019 Porto San Giorgio, Italia
Tel. +39 347 067 3921
alena.min@gmail.com
www.themuscovites.com

Director / Manager

Elena Minaeva

Resp. Comercial / Sales Executive

trendtendance@gmail.com

Agent / Agente / Agent

trendtendance@gmail.com

Prensa / Prensa / Press

Trend Tendance
26, Rue Saint Just
93210 La Plaine Saint Denis,
França
Tel. +33 149 985 026

NIMBU

Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address

c/ Provença, 378, 5è 4a
08037 Barcelona, Espanya
Tel. +34 689 275 006
Fax +34 934 570 149
info@nimbu.it
www.nimbu.it

Director / Manager

Susanna Spaghi

Resp. Comercial / Sales Executive

Susanna Spaghi

Agent / Agente / Agent

Milan
Maria Teresa Trabucco /
Silvia Monticelli
Tel. +39 0289420936
Madrid
Belen Corsini /
Blanca Palazuelos Botin
Tel. +34 619 274 844

14 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

OMAR VALLADOLID

Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address

Arias Araguez, 1283
Lima 01, Lima, Perú
Tel. +51 1 992 520 849
contacto@omarvalladolid.com
www.omarvalladolid.com

Director / Manager

Martin Orbegoso

Resp. Comercial / Sales Executive

Maria Luisa Orbegoso

OZAKII LONDON

*Complements / Complementos /
Accessories*

Adreça / Dirección / Address

24B Westbourne Terrace
Road Little Venice W2 6NF,
Londres, Regne Unit
Tel. +44 (0) 2 072 892 467
ngozi@ozakii.com
www.ozakii.com

Director / Manager

Ngozi Uchea

Resp. Comercial / Sales Executive

Ngozi Uchea

Agent / Agente / Agent

Ngozi Uchea

Prensa / Prensa / Press

One Pr

PF DE PAOLA FRANI

Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address

Piazza U. Nobile, 4
47030 San Mauro Pascoli,
Italia
Tel. +39 0 541 815 511
Fax +39 0 541 930 574
elisabetta.severi@paolafrani.com
www.paolafrani.com

Director / Manager

Davide Fusaroli

Resp. Comercial / Sales Executive

Elisabetta Severi

Agent / Agente / Agent

Soledad Fernández
Showroom.5
Tel. +34 915 544 485
Fax +34 915 331 202
showroom.5@fashionlimit.com

Prensa / Prensa / Press

Soledad Fernández
Showroom.5

15 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

PIRNIA COLLECTIONS

Home / Hombre / Man

Adreça / Dirección / Address

Priory Gardens, Wembley,
Middx HA0 2QG Wembley,
Regne Unit
Tel/ Fax +44 2 089 080 238
david@pirniacollection.co.uk

Director / Manager

David Pirnia

Resp. Comercial / Sales Executive

David Pirnia

Agent / Agente / Agent

David Pirnia

Priory gardens, Wembley,
Middx, HA0 2QG

Prensa / Prensa / Press

Pirnia Collections

RANCIL

*Complements / Complementos /
Accessories*

Adreça / Dirección / Address

c/ Aulèstia i Pijoan, 20, 2n l a
08012 Barcelona, Espanya
Tel. +34 934 503 799
randes@terra.es
www.randes.es

Director / Manager

Núria Martínez Martínez

Resp. Comercial / Sales Executive

Rosa M^a Creus Ramoneda

REYES & BARÜCH

*Complements / Complementos /
Accessories*

Adreça / Dirección / Address

c/ Antonio Machado, 22
baixos, 4a (interior)
08860 Castelldefels, Espanya
Tel. +34 627 610 833
entramats@hotmail.com
www.entramats.com

SHOWROOM

13 / 07 / 2010
14.00h a 20.00h

SŌNGZIO

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW
15 / 07 / 2010 • 17.00 h
Home / Hombre / Man

Adreça / Dirección / Address
279-4, Seongsu-3dong,
Seongsu-2ga, Seongdong-gu
133-832 Seül, Corea del Sud
Tel. +82 (0) 2468 2663
Fax +82(0)2468 2616
info@songzio.com
model2actor@naver.com
www.songzio.com

SO YANG!

Joyeria / Joyería / Jewelry

Adreça / Dirección / Address
52 Rue du Roi de Sicille
75004 Paris, França
Tel/ Fax +33 142 710 883
soyangdesign@orange.fr
www.so-yang-bijoux.com

STEFANIA BORRÁS

PROJECTE BRESSOL
DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW
15 / 07 / 2010 • 16.00 h
Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address
Av. Meridiana, 53-62
08018 Barcelona, Espanya
Tel. +34 617 660 693
stefaniaborras@gmail.com
www.stefaniaborras.com
Director / Manager
Stefania Borrás
Resp. Comercial / Sales Executive
Stefania Borrás
Agent / Agente / Agent
Tatiana Mompean
Laura Ines Abreu

14 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

SUAY HOMME

Home / Hombre / Man

Adreça / Dirección / Address
c/ Barón de Cárcer, 52
46001 Valencia, Espanya
Tel: +34 963 529 053
Fax +34 963 516 482
customer@miquelsuay.com
www.miquelsuay.com
Director / Manager
Miguel A. García Gimeno
Resp. Comercial / Sales Executive
David Lundback
Prensa / Prensa / Press
press@miquel.suay.com

TESS NEGRE

Joyeria / Joyería / Jewelry

Adreça / Dirección / Address
c/ Padua, 16
08032 Barcelona, Espanya
Tel. +34 655 393 259
tesnegre@gmail.com
tesnegre.blogspot.com
Director / Manager
Tess Negre
Resp. Comercial / Sales Executive
ITALY -
Teresa Guerra Negre
UK & Rest of Europe -
Susana Negre
Prensa / Prensa / Press
Tess Negre

VELOUDAKIS

Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address
29, Navarhou Nikodemou Str.
105 58 Atenes, Grècia
Tel. +30 2 103 231 727
Fax +30 2 103 228 961
veloudak@otenet.org
Director / Manager
Christos Veloudakis
Resp. Comercial / Sales Executive
Mr. Andreas
Agent / Agente / Agent
MF Showroom Paris
Pirnia Collections UK

15 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

VÉRONIQUE MONTFORT DESIGN/ ACIA

Joyeria / Joyería / Jewelry

ASSOCIATION DES
CRÉATEURS D'ISSY ET
D'AILLEURS)
Adreça / Dirección / Address
49, Rue du Général Leclerc
92130 Issy les Moulineaux,
França
Tel. +33 679 415 938
Véronique Montfort
vmontfortdesign@hotmail.com
acia@acia-online.fr
www.acia-online.fr
Resp. Comercial / Sales Executive
Angèlique Bouchet - Lanat
Agent / Agente / Agent
lili.k.wet@free.fr

WOLKA

Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address
Via Europa, 19
63019 Porto San Giorgio, Italia
Tel. +39 3 470 673 921
alena.min@gmail.com
www.wolka-wear.com
Director / Manager
Elena Minaeva
Resp. Comercial / Sales Executive
trendtendance@gmail.com
Agent / Agente / Agent
trendtendance@gmail.com
Prensa / Prensa / Press
Trend Tendance
Contacte / Contacto / Contact
26, Rue Saint Just
93210 La Plaine Saint Denis,
França
Tel. +33 149 985 026

SHOWROOM

13 / 07 / 2010
14.00h a 20.00h

14 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

15 / 07 / 2010
10.00h a 20.00h

YIORGOS ELEFThERIADES

DESFILADA / DESFILE / FASHION SHOW

14 / 07 / 2010 • 17.00 h

Home / Hombre / Man

Dona / Mujer / Woman

Adreça / Dirección / Address

13, Agion Anargiron Str.

10554 Atenes, Grècia

Tel/ Fax +30 2 103 312 622

info@yorgoseleftheriades.gr

www.yorgoseleftheriades.com

Director / Manager

Yiorgos Eleftheriades

Resp. Comercial / Sales Executive

Yiorgos Mo

Agent / Agente / Agent

Mc2 Diffusion

Contacte / Contacto / Contact

Catherine Gouin

catherine.gouin@mc2-showroom.com

Prensa / Prensa / Press

Totem, Kuki de Salvartes





PATROCINADORS
PATROCINADORES
SPONSORS



LA ROCA VILLAGE: DESTINACIÓ DE MODA INTERNACIONAL

El Village ofereix una àmplia oferta de boutiques i dissenyadors de prestigi internacional que cada any atreu milers d'amants de la moda nacionals i internacionals.

L'èxit de La Roca Village com a **plataforma de moda** no és casual. Una **acurada selecció de boutiques i dissenyadors** que representen el millor de la moda mundial es concentra de manera excepcional al llarg d'una avinguda única que recorda, per la seva oferta i qualitat, les principals avingudes comercials de les ciutats més cosmopolites, amb un **emplaçament de marcat estil mediterrani**.

Aquesta oferta privilegiada és fruit de l'esforç per conèixer les últimes tendències internacionals en moda, així com les prioritats i els gustos dels amants de la moda. Des de les passarel·les més internacionals, amb dissenyadors consagrats i emergents, fins a la moda chic més local, aquest profund coneixement del món de la moda i el retail permet que la seva **oferta de col·leccions de temporades anteriors** resulti sempre atractiva, no només pels preus excepcionals, que poden assolir **descomptes de fins al 60%**, sinó també per la seva vigència.

Conscient de la importància dels creadors i la necessitat que desenvolupin el seu talent, **La Roca Village recolza diferents iniciatives del sector** i així, per quarta edició consecutiva, recolza la present edició de 080 Barcelona Fashion. En aquesta ocasió, la col·laboració pren una forma molt especial, doncs, com a expert en retail i amb l'objectiu d'impulsar els dissenyadors independents, el Village oferirà una plataforma única perquè els dissenyadors puguin comercialitzar les seves creacions durant el certamen, a través d'un **pop-up store** que reunirà les col·leccions i els accessoris més atractius, apropant la moda de les passarel·les al carrer, com és característic del Village.

Més sobre La Roca Village

La Roca Village (La Roca del Vallès, Barcelona) és una de les millors destinacions de moda de marques de prestigi a Espanya. Ofereix col·leccions de temporades anteriors de les firmes de moda i estil de vida líders a nivell internacional a preus molt competitius i en atractius emplaçaments denominats 'Village'.

La Roca Village compta amb més de 100 boutiques de moda nacional i internacional amb descomptes de fins a un 60% sobre el preu original durant tot l'any. Les darreres incorporacions han estat Tag Heuer, Comptoir Des Cotonniers, Escada Sport, Piquadro, Lacoste, L'Occitane, Napapijri, Replay i Espai Gastronòmic Andreu. El 2009 van visitar el Village 3 milions de persones, el 40% de les quals van ser principalment turistes francesos, asiàtics i russos.

La Roca Village, propietat del grup **Value Retail**, forma part de la col·lecció **Chic Outlet Shopping**, que a l'actualitat compta amb **875 boutiques** i més de **400 firmes líders** al sector de la moda, ubicades a **9 Villages** situats estratègicament a 9 capitals europees: Londres (Bicester Village), París (La Vallée Village), Milà/Bolonya (Fidenza Village), Brussel·les/Düsseldorf (Maasmechelen Village), Frankfurt (Wertheim Village), Múnic (Ingolstadt Village), Barcelona (La Roca Village), Madrid (Las Rozas Village) i Dublín (Kildare Village).

www.LaRocaVillage.com

www.ChicOutletShopping.com

LA ROCA VILLAGE: DESTINO DE MODA INTERNACIONAL

El Village ofrece una amplia oferta de boutiques y diseñadores de prestigio internacional que cada año atrae a miles de amantes de la moda nacionales e internacionales

El éxito de La Roca Village como **plataforma de moda** no es casual. Una **cuidada selección de boutiques y diseñadores** que representan lo mejor de la moda mundial se concentra de forma excepcional a lo largo de una avenida única que recuerda, por su oferta y calidad, a las principales avenidas comerciales de las ciudades más cosmopolitas, con **el mercado de estilo mediterráneo de su emplazamiento**.

Esta oferta privilegiada es fruto del esfuerzo por conocer las últimas tendencias internacionales en moda, así como las prioridades y los gustos de los amantes de la moda. Desde las pasarelas más internacionales, con diseñadores consagrados y emergentes, hasta la moda chic más local, este profundo conocimiento del mundo de la moda y el retail permite que su **oferta de colecciones de temporadas anteriores** resulte siempre atractiva, no sólo por su precio excepcional, que puede alcanzar **descuentos de hasta el 60%**, sino también por su vigencia.

Consciente de la importancia de los creadores y de la necesidad de que estos desarrollen su talento, **La Roca Village respalda diferentes iniciativas del sector** y apoya por cuarta edición consecutiva la presente edición de 080 Barcelona Fashion. En esta ocasión, esta colaboración toma una forma muy especial, ya que, como experto en retail y con el objetivo de impulsar a los diseñadores independientes, el Village ofrecerá una plataforma única para que los diseñadores puedan comercializar sus creaciones durante el certamen a través de un pop-up store que reunirá las colecciones y los accesorios más atractivos, acercando la moda de las pasarelas a la calle, como es característico del Village.

Más sobre La Roca Village

La Roca Village (La Roca del Vallès, Barcelona) es uno de los mejores destinos de moda de marcas de prestigio en España. Ofrece colecciones de temporadas anteriores de las firmas de moda y estilo de vida líderes a nivel internacional a precios muy competitivos y en atractivos emplazamientos denominados Village.

La Roca Village cuenta con más de 100 boutiques de moda nacional e internacional con descuentos de hasta un 60% sobre el precio original durante todo el año. Las últimas incorporaciones han sido Tag Heuer, Comptoir Des Cotonniers, Escada Sport, Piquadro, Lacoste, L'Occitane, Napapijri, Replay y Espai Gastronòmic Andreu. En 2009 visitaron el Village 3 millones de personas, el 40% de los cuales fueron turistas, principalmente franceses, asiáticos y rusos.

La Roca Village, propiedad del grupo **Value Retail**, forma parte de la colección **Chic Outlet Shopping**, que en la actualidad cuenta con **875 boutiques** y más de **400 firmas líderes** en el sector de la moda, ubicadas en **9 Villages** situados estratégicamente en 9 capitales europeas: Londres (Bicester Village), París (La Vallée Village), Milán/Bolonia (Fidenza Village), Bruselas/Düsseldorf (Maasmechelen Village), Frankfurt (Wertheim Village), Múnich (Ingolstadt Village), Barcelona (La Roca Village), Madrid (Las Rozas Village) y Dublín (Kildare Village).

www.LaRocaVillage.com

www.ChicOutletShopping.com



LA ROCA VILLAGE: INTERNATIONAL FASHION DESTINATION

The Village offers a wide selection of boutiques and prestigious international labels which attract thousands of national and international fashion addicts each year

La Roca Village's success as a **fashion forum** cannot be put down to chance. A **careful selection of boutiques and designers** representing the very best of world fashion are brought together along a truly unique boulevard. The sheer range and quality of the styles on offer here brings to mind the top shopping venues of the world's most cosmopolitan cities, but with the added bonus of the **distinctly Mediterranean flavour** that this special location provides.

This outstanding selection is the result of our efforts to keep pace with the very latest global fashion trends. From the biggest international catwalks, with both established designers and emerging talent, to the most stylish local fashions, our extensive knowledge of the world of fashion and retail has repeatedly produced **collections from previous seasons** that are highly attractive, not only in terms of their exceptionally affordable prices, with **discounts of up to 60%**, but also for their continued up-to-date style.

Aware of the importance of creators and their need to continually develop their talent, **La Roca Village supports various industry initiatives** and is backing, for the fourth time running, the latest edition of 080 Barcelona Fashion. This time round, the collaboration takes a very special form – as experts in retail, and stemming from a desire to foster independent creators, the Village is to offer a unique platform during the event where designers will have the opportunity to promote their creations. This **“pop-up store”** will bring together their most attractive collections and accessories, thus introducing catwalk fashion to the high-street, as is the custom at the Village.

About La Roca Village

La Roca Village (La Roca del Vallès, Barcelona) is one of Spain's top fashion destinations for big-name brands, offering collections from previous seasons by leading international fashion and lifestyle firms, all at extremely affordable prices and in an attractive setting known as the “Village”.

La Roca Village has over 100 national and international fashion boutiques offering discounts of up to 60% off the original prices, all year round. The latest additions to the Village have been Tag Heuer, Comptoir des Cotonniers, Escada Sport, Piquadro, Lacoste, L'Occitane, Napapijri, Replay and Espai Gastronòmic Andreu. In 2009, three million people visited the Village, of which 40% were tourists, mainly from France, Asia and Russia.

La Roca Village, owned by the **Value Retail** group, is part of the **Chic Outlet Shopping** collection, which currently operates **875 boutiques** and over **400 leading firms** in the fashion industry, located in **9 Villages** strategically positioned in 9 major European cities: London (Bicester Village), Paris (La Vallée Village), Milan/Bologna (Fidenza Village), Brussels/Düsseldorf (Maasmechelen Village), Frankfurt (Wertheim Village), Munich (Ingolstadt Village), Barcelona (La Roca Village), Madrid (Las Rozas Village) and Dublin (Kildare Village).

www.LaRocaVillage.com

www.ChicOutletShopping.com



**EUROSTARS
GRAND MARINA**
HOTEL ★ ★ ★ ★ ★ GL
WTC BARCELONA

Eurostars Grand Marina Barcelona

Ànima

Un far de luxe i de referència turística de primer ordre que governa el port de Barcelona i el World Trade Center, pulmó financer de la ciutat.

Descripció

Luxós. Exclusiu. Avantgardista. Minimalista. Mediterrani. Ideal perquè els seus hostes gaudeixin del màxim luxe.

El Grand Marina és també l'escenari ideal per a reunions d'empresa, així com per a casaments, banquets i tot tipus d'esdeveniments socials per sorprendre els convidats amb les vistes de la Ciutat Comtal i sota l'inconfusible silueta de la muntanya de Montjuïc.

L'Eurostars Grand Marina posa a la vostra disposició 40 salons de múltiples mides i formes amb llum natural i fabuloses vistes del port i del litoral marítim barceloní.

L'Hotel disposa de piscina exterior amb vistes a la ciutat i al port, un complet gimnàs amb tot tipus d'aparells, sauna, jacuzzi, banyera d'hidromassatge, pàrquing interior, piano bar i les delicioses Nits d'Opera dels dissabtes.

L'edifici, en forma de transatlàntic i situat a l'epicentre del Port de Barcelona, a 2 minuts escassos del monument a Colom, ofereix la possibilitat d'accedir a peu al centre de Barcelona: Barri Gòtic, les Rambles, Passeig Colom, Església de Santa Maria del Mar, Liceu, Museu Picasso, Passeig de Gràcia, Palau de la Música, Barceloneta, Born, Casa Batlló, Plaça Catalunya, La Pedrera, Montjuïc...

Ofereix un total de 291 habitacions, totes exteriors. El vestíbul principal allotja una imponent escala de caragol dissenyada per l'arquitecte LeohMing Pei, creador de la famosa piràmide del Louvre de París.

L'establiment acull de manera recurrent exposicions temporals d'art d'avantguarda.

L'esmorzar bufet, que es pot assaborir a la terrassa dels tarongers durant més de sis mesos l'any, ja és famós a la capital catalana.

El restaurant completa la seva oferta amb un íntim menjador privat per a 40 persones: el Restaurant Aire de Mar.

La ubicació del Grand Marina ens situa a deu minuts en taxi de l'aeroport i de l'Estació de Sants.

A més, el Grand Marina convoca anualment el Concurs de Fotografia Eurostars Grand Marina i alberga la gala de lliurament del Premi Eurostars de Narrativa de Viatges.

Habitacions

L'Hotel Eurostars Grand Marina disposa de 244 habitacions dobles i 47 suites. Son estances avantguardistes de luxe, amb balcó a la Mediterrània i amb equipament d'alt nivell.

Totes les habitacions incorporen una connexió a Internet d'alta velocitat que garanteixen el màxim confort.

Decorades amb tons relaxants, fustes fines i teles de gran qualitat, ofereixen un aire equilibrat i luxós i exhibeixen una acurada atenció als detalls.

Totes les habitacions tenen banyera amb hidromassatge. Les Premier i les Suites disposen, a més, de cabines de dutxa hidromassatge independents.

Les Junior Suites disposen també de cabines de dutxa hidromassatge i estan equipades amb escriptori, vestidor, un lot de productes de bany de cortesia, sala d'estar i un balcó.

La Suite Presidencial té terrassa privada i magnífiques vistes de la ciutat.



Eurostars Grand Marina Barcelona

Alma

Un faro de lujo y de referencia turística de primer orden que gobierna el puerto de Barcelona y el World Trade Center, pulmón financiero de la ciudad

Descripción

Lujoso. Exclusivo. Vanguardista. Minimalista. Mediterráneo. Ideado para que sus huéspedes disfruten del máximo lujo.

El Grand Marina es también el escenario ideal para reuniones de empresa, así como para bodas, banquetes y todo tipo de eventos sociales con los que sorprender y deslumbrar a los invitados con evocadoras vistas de la Ciudad Condal y bajo la silueta inconfundible de la montaña de Montjuïc.

El Eurostars Grand Marina pone a su disposición 40 salones de múltiples tamaños y formas con luz natural y fabulosas vistas al puerto y al litoral marítimo barcelonés.

El hotel dispone de piscina exterior con vistas a la ciudad y al puerto, un completo gimnasio con todo tipo de aparatos, sauna, jacuzzi, bañera de hidromasaje, parking interior, piano bar y las deliciosas Noches de Ópera para las veladas de los sábados.

El edificio, en forma de transatlántico y situado en el epicentro del puerto de Barcelona, a 2 minutos escasos del monumento a Colón, ofrece a sus huéspedes la posibilidad de acceder a pie al centro de Barcelona: Barrio Gótico, las Ramblas, Paseo Colón, Iglesia de Santa Maria del Mar, Liceu, Museo Picasso, Paseo de Gracia, Palau de la Música, Barceloneta, Borne, Casa Batlló, Plaça Catalunya, La Pedrera, Montjuïc...

Ofrece un total de 291 habitaciones, todas exteriores. El vestíbulo principal alberga una imponente escalera de caracol diseñada por el arquitecto Leoh Ming Pei, artífice de la famosa pirámide del Louvre de París.

El establecimiento acoge de manera recurrente exposiciones temporales de arte de vanguardia.

El desayuno bufé, que se puede degustar durante más de seis meses al año en la terraza de los naranjos, es ya todo un secreto a voces en la capital catalana.

El restaurante completa su oferta con un íntimo comedor privado para 40 personas: el Restaurante Aire de Mar.

La ubicación del Grand Marina nos sitúa a diez minutos en taxi del aeropuerto y de la Estación de Sants.

Además, el Grand Marina convoca anualmente el Concurso de Fotografía Eurostars Grand Marina y alberga la gala de entrega del Premio Eurostars de Narrativa de Viajes.

Habitaciones

El Hotel Eurostars Grand Marina dispone de 244 habitaciones dobles y 47 suites. Son estancias vanguardistas de lujo, con balcón al Mediterráneo y con equipamiento de alto standing. Todas las habitaciones incorporan conexión a internet de alta velocidad y garantizan el máximo confort.

Decoradas con tonos relajantes, maderas nobles y telas de gran calidad, ofrecen un aire equilibrado y lujoso y exhiben una cuidada atención a los detalles.

Todas las habitaciones poseen bañera con hidromasaje. Las Premier y las Suites disponen también de cabinas de ducha hidromasaje independientes.

Las Junior Suites disponen, además, de cabinas de ducha-hidromasaje y están equipadas con escritorio, vestidor, un lote de productos de baño de cortesía, sala de estar y un balcón. La Suite Presidencial tiene terraza privada y magníficas vistas de la ciudad.



EUROSTARS
GRAND MARINA
HOTEL ★ ★ ★ ★ GL
WTC BARCELONA

Eurostars Grand Marina Barcelona

Soul

A beacon of luxury and a top-class tourist landmark dominating the port of Barcelona and the World Trade Center, the city's business engine.

Description

Luxurious. Exclusive. Avant-garde. Minimalist. Mediterranean. A hotel created in order for its guests to enjoy the maximum in luxury.

The Eurostars Grand Marina is also the perfect scenario for business meetings, as well as for weddings, banquets and all kinds of social events in which you wish to surprise and dazzle your guests with the evocative views of the city and the silhouette of Montjuïc mountain.

The Eurostars Grand Marina places at your disposal 40 reception rooms, of varying shapes and sizes to suit all of your needs, most of them with bright, natural light and fabulous views over the port of Barcelona and the coast.

The hotel offers an outdoor swimming pool with views of the city and the port, a fully-equipped gym with all kinds of apparatus, sauna, jacuzzi and hydro-massage bath, covered parking, a piano bar, and, on Saturdays, "Opera Night", for soirées complete with sopranos and tenors.

The building, itself resembling a transatlantic liner, and only 2 minutes away from the Columbus monument, offers its guests the possibility of walking into the centre of Barcelona: the Gothic District, Ramblas, Paseo de Colón, the church of Santa Maria del Mar, the Liceu, the Picasso Museum, Paseo de Gracia, the Palau de la Música, the Barceloneta beach, Born, Casa Batlló, Plaça Catalunya, La Pedrera, Montjuïc...

The hotel houses a total of 291 rooms, all of them exterior. The main hall sports a circular staircase designed by the architect Leohming Pei, the creator of the pyramid at the Louvre Museum in Paris.

The hotel is full of cutting-edge design details and frequently hosts temporary avant-garde art exhibitions.

The buffet breakfast, which during six months of the year can be enjoyed on the orange tree-lined terrace, is one of the city's most closely guarded secrets.

The restaurant also offers an intimate, private dining room for 40 people: the Aire de Mar (Sea Breeze) Restaurant.

The Grand Marina is located just a ten-minute taxi ride from the airport and Sants railway station.

The hotel holds an annual photography competition, the Eurostars Grand Marina Photography Prize, and also hosts the gala prize-giving ceremony for the Eurostars Travel Narrative Award.

Rooms

The Eurostars Grand Marina Hotel offers 244 double rooms and 47 suites. The rooms are luxurious and avant-garde in design, with balconies overlooking the Mediterranean and the highest quality fixtures.

All of the rooms have high-speed Internet connections and maximum comfort is guaranteed.

Decorated in elegant, relaxing colours and with an abundance of fine wood and superb textiles, the ensemble gives a well-balanced air of luxury and shows meticulous attention to detail.

All of the rooms feature hydro-massage bathtubs. The Premier rooms and the Suites also have hydro-massage shower cabins. The Junior Suites have hydro-massage bathtubs and a shower cabin and are fully equipped with writing desk, dressing room, a set of courtesy toiletries, lounge and a small balcony. The Presidential Suite also has a private terrace and a particularly magnificent view of the city.



I-con by Ora-ïto

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

I-con by Ora-ïto és una síntesi perfecta entre la simplicitat i la complexitat (simplicity, terme utilitzat per Ora-ïto per definir la seva filosofia creativa).

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

I-con by Ora-ïto

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

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

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

I-con by Ora-ïto

Heineken's aluminium bottle emerges from the fluidity of its curves and the flexible lines of force that surround it. A rigorous and brilliant formal exercise with the futuristic seal of one of the world's greatest designers: **Ora-ïto**.

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

The design is the result of the close collaboration between **Heineken's** innovation team and specialist aluminium treatment teams.



NESPRESSO A LA PASSAREL·LA 080 BARCELONA FASHION

Nespresso, pioner mundial i capdavanter en el mercat del cafè en càpsules de primera qualitat, torna a compartir amb els amants de la moda i el disseny l'“Experiència Nespresso del Cafè Perfecte” i participa, un any més, en la passarel·la 080 Barcelona Fashion, una de les cites de moda independent més importants del món.

Nespresso comparteix amb la passarel·la 080 Barcelona Fashion la passió pel disseny, com mostren totes les seves inconfusibles màquines: des de la primera fins a l'última, CitiZdot, una edició limitada presentada el 2010.

Els dissenyadors gràfics Sylvia i HoToth, de “CollectifT.O.T”, han decorat per primera vegada les màquines CitiZ: inspirats en la seva visió de la vida urbana, han recreat en l'edició limitada CitiZdot la identitat de dues ciutats icòniques com són París i Nova York a través d'il·lustracions. Així mateix, i amb la finalitat d'il·lustrar la inspiració presa dels carrers de París i Nova York i d'explorar els moments més simbòlics al costat d'un cafè exprés en aquestes ciutats, Nespresso ha col·laborat amb els reconeguts fotògrafs urbans Scott Schuman i Garance Doré, creadors dels blocs “The Sartorialist” i “Une fille comme moi.” A través de les seves fotografies, realitzades en exclusiva per a la nova CitiZdot de Nespresso, ambdós fotògrafs evocuen l'esperit urbà i els moments més emblemàtics al costat d'una tassa de cafè a les ciutats de París i Nova York.

NESPRESSO EN LA PASSARELA 080 BARCELONA FASHION

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

Nespresso comparte con la pasarela 080 Barcelona Fashion la pasión por el diseño, como muestran todas y cada una de sus distintivas máquinas: desde la primera hasta la última, CitiZdot, una edición limitada presentada en 2010.

Los diseñadores gráficos Sylvia y LoToth, de “CollectifT.O.T”, han decorado por primera vez las máquinas CitiZ: inspirados en su visión de la vida urbana, han recreado en la edición limitada CitiZdot la identidad de dos ciudades icónicas como son París y Nueva York a través de ilustraciones. Asimismo, y con el fin de ilustrar la inspiración tomada de las calles de París y Nueva York y de explorar los momentos más simbólicos junto a un café expresso en estas ciudades, Nespresso ha colaborado con los reconocidos fotógrafos urbanos Scott Schuman y Garance Doré, creadores de los blogs “The Sartorialist” y “Une fille comme moi.” A través de sus fotografías, realizadas en exclusiva para la nueva CitiZdot de Nespresso, ambos fotógrafos evocan el espíritu urbano y los momentos más emblemáticos junto a una taza de café en las ciudades de París y Nueva York.

NESPRESSO IN THE 080 BARCELONA FASHION SHOW

Nespresso, worldwide pioneer and leader in the luxury portioned coffee market, once again shares the “Nespresso Ultimate Coffee Experience” with lovers of fashion and design and takes part in the 080 Barcelona Fashion parade, one of the most important independent fashion meetings in the world.

Nespresso shares with 080 Barcelona Fashion its passion for design, as each and every one of its emblematic machines shows – from the very first model to the latest limited edition machine, presented in 2010: CitiZdot.

The CitiZ machines have been decorated, for the first time, by graphic designers Sylvia and LoToth, from “CollectifT.O.T”, who have used their vision of urban life to recreate two of the world's most iconic cities. The panels of the limited edition CitiZdot Paris and CitiZdot New York machines have been printed with illustrations which capture the identity and energy of these cities. To illustrate the inspiration taken from the streets, Nespresso collaborated with the “street photographers” and influential bloggers Scott Schuman and Garance Doré, creators of the blogs “The Sartorialist” and “Une fille comme moi”. Through their photographs, made exclusively for the new Nespresso CitiZot, Schuman and Doré evoke the urban spirit and the most emblematic of coffee moments around Paris and New York.



Després de 6 anys essent el lloc de moda i sempre marcant tendència a Barcelona, Shôko es reinventa i segueix innovant. Ubicat a la platja de la Barceloneta, Shôko ens sorprèn amb la seva cuina oriental fusionada amb el millor de la cuina mediterrània.

La terrassa a peu de platja és sens dubte un lloc privilegiat a la ciutat i ofereix una gran varietat de còctels. Durant la nit, el Restaurant es transforma en un club amb les festes més originals y cool de la ciutat.

Después de 6 años siendo el lugar de moda y siempre marcando tendencia en Barcelona, Shôko se reinventa y sigue innovando. Ubicado en la playa de La Barceloneta, Shôko nos sorprende con su cocina oriental fusionada con lo mejor de la comida mediterránea.

Su terraza a pie de playa es sin duda un lugar privilegiado en la ciudad y ofrece una gran variedad de cócteles. Durante la noche, el Restaurante se transforma en un club con las fiestas más originales y cool de la ciudad.

After six years of being the place to be and of constantly setting the trends in Barcelona, Shôko reinvents itself and keeps on innovating. Situated on the Barceloneta beach, Shôko continues to surprise us with its fusion of oriental cuisine and the best of the Mediterranean kitchen.

Its beachside terrace is without a doubt a privileged spot in the city, with a wide variety of cocktails also on offer. At night, the restaurant transforms into a club with the city's coolest, most original parties.

KETTAL

Des dels seus inicis al 1964, Kettal ha tingut vocació internacional i ha apostat pel disseny i la innovació. A principis de la dècada dels 2.000, Kettal adquireix les marques Hugonet, Triconfort i Evolutif i es converteix en el Grupo Kettal. Kettal col·labora a l'actualitat amb els dissenyadors internacionals més rellevants: Patricia Urquiola, Marcel Wanders, Emilia Design Studio.

PRODUCTE

L'objectiu de Kettal és la creació de mobles atemporals, funcionals i expressius, que representin una cultura contemporània i donin una resposta a les noves necessitats de vida actuals, basats en una fusió de creativitat, personalització, innovació i una moderna producció. Kettal desenvolupa productes específics per a cada projecte.

FUNDACIÓ KETTAL

Kettal, fruit de la passió per l'art i com a base del disseny, ha creat la Fundació Alorda Derksen a Barcelona, un nou espai de referència internacional per a l'art contemporani.

Desde sus inicios en 1964, Kettal ha tenido vocación internacional y ha apostado por el diseño y la innovación. A inicios de la década de los 2.000, Kettal adquiere las marcas Hugonet, Triconfort y Evolutif y se convierte en el Grupo Kettal. Kettal colabora en la actualidad con los diseñadores internacionales más relevantes: Patricia Urquiola, Marcel Wanders, Emilia Design Studio.

PRODUCTO

El objetivo de Kettal es la creación de muebles atemporales, funcionales y expresivos, que representen una cultura contemporánea y den respuesta a las nuevas necesidades de vida actuales, basados en una mezcla de creatividad, personalización, innovación y una moderna producción. Kettal desarrolla productos específicos para cada proyecto.

FUNDACIÓN KETTAL

Kettal, fruto de su pasión por el arte y como base del diseño, ha creado la Fundación Alorda Derksen en Barcelona, un nuevo espacio de referencia internacional para el arte contemporáneo.

Since its beginnings in 1964, Kettal has always been dedicated to international design and innovation. In the first years of the 21st century, Kettal acquired the brands Hugonet, Triconfort and Evolutif, which came together to form Grupo Kettal. Today, Kettal works with some of the most important names in international design: Patricia Urquiola, Marcel Wanders and emiliana design studio.

PRODUCT

Kettal's raison d'être is the creation of timeless, functional and expressive furniture, which represents contemporary culture and provides solutions to the emerging needs of modern life, based on a blend of creativity, customisation, innovation and modern production methods. Kettal develops products specifically for each project.

KETTAL FOUNDATION

As a result of its passion for art, and as a design headquarters, Kettal has established the Alorda-Derksen Foundation in Barcelona, a new international point of reference for contemporary art.

www.kettal.com

MINIBLACK

ROSÉ by Freixenet

MINIBLACK ROSÉ by Freixenet

L'explosió colorista i l'elegància fotogràfica es consagren com els nous codis que prohibeixen la formalitat by Miniblack. El llançament de Miniblack Rosé respon a dos objectius clars: el llançament d'una nova varietat de producte, el Rosé, i un canvi d'imatge. Tot això suposa un pas endavant per a la marca, que reforça encara més la seva personalitat i potència atribuïts com la sensualitat i el minimalisme. La marca no ha deixat de renovar-se des del seu llançament l'any 2005, adaptant-se a les tendències del mercat i oferint al consumidor el que busca en cada moment. La combinació del color blanc amb el magenta atorga al producte un toc minimalista i delicat, alhora que desprèn modernitat. El resultat final fa gala d'un atreviment i un toc avantguardista que el posicionen com un cava únic a la seva classe.

Formality forbidden

- Miniblack Rosé es ven a 4-5,5 € l'ampolla.
- Punts de venda a www.miniblack.com, secció "minibotiga".
- Cupatge: Trepat i Garnatxa
- Criança: entre 12 i 18 mesos

Nota de tast:

Cava de vi color maduixa brillant. Molt afruitat, riques aromes florals i llorer, notes de fruites vermelles (gerd), fruites exòtiques (magrana), figues seques, dàtils ben harmonitzats amb aromes fresques de cria mitjana. En boca mostra una gran frescor i lleugeresa. Suau al paladar, apareixen novament els gustos de fruites vermelles.

Explosión colorista y elegancia fotográfica se consagran como los nuevos códigos que prohíben la formalidad by Miniblack. El lanzamiento de Miniblack Rosé responde a 2 claros objetivos: el lanzamiento de una nueva variedad de producto, el Rosé, y un cambio de imagen. Todo ello supone un paso adelante para la marca, que refuerza todavía más su personalidad y potencia sus atributos, como la sensualidad y el minimalismo. La marca no ha dejado de renovarse desde su lanzamiento en 2005, adaptándose a las tendencias del mercado y ofreciendo al consumidor aquello que busca en cada momento. La combinación del color blanco con el magenta otorga un toque minimalista y delicado al producto, a la vez que desprende modernidad. El resultado final hace gala de un atrevimiento y un toque vanguardista que lo posicionan como un cava único en su clase.

Formality forbidden

- Miniblack Rosé se vende a entre 4 y 5,5 € la botella.
- Puntos de venta en www.miniblack.com sección "minitienda".
- Coupage: Trepat y Garnacha
- Crianza: entre 12 y 18 meses

Nota de cata:

Cava de color fresa brillante. Muy afrutado, ricos aromas frutales y laurel, notas de frutos rojos (frambuesa), frutos exóticos (granada), higos secos, dátiles bien armonizados con aromas frescos de crianza media. En boca muestra una gran frescura y ligereza. Suave al paladar, aparecen de nuevo los sabores a frutas rojas.

An explosion of colour and photographic elegance become the new Miniblack codes doing away with formality. The launch of Miniblack Rosé has two clear objectives; the launch of a new product type – Rosé – and a change of image. Both goals represent a step forward for the brand, a step which reinforces even further the brand's personality and emphasizes attributes such as sensuality and minimalism. Since its launch in 2005, the brand has continually renewed itself, adapting to market trends and offering consumers whatever they need, whenever they need it. The combination of white and magenta gives the product a minimalist yet delicate touch, whilst still suggesting modernity. The final result is a daring and avant-garde product that makes this cava one of a kind.

Formality forbidden

- Miniblack Rosé costs between €4 and €5.50 per bottle.
- Stockists can be found in the minishop section at www.miniblack.com
- Coupage: Trepat and Grenache
- Aging: Between 12 and 18 months

Tasting note:

A bright strawberry-coloured cava. Very fruity, with rich floral and laurel aromas and notes of red (raspberry) and exotic (pomegranate) fruits, dried figs and dates, in perfect harmony with the fresh aromas from the medium aging. Very fresh and light in the mouth. Smooth on the palate, with red fruit aromas reappearing.

Més informació / Más información / For more information:

Ignasi Benito

Tel. 93 891 70 00

ignasi.benito@freixenet.es

LE BOOK

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

Lay's Gourmet is the brand's most exclusive offer. These potato chips are made using Lay's broad experience and with a very select public in mind. Careful selection, a precise cut and a slow browning process go into making these excellent golden potato chips, which are ideal for making special moments even more special. Try the whole range: Lay's Gourmet Sal, Lay's Gourmet Corte Fino and Lay's Gourmet Sabor Ibérico: Jamón, and allow yourself to be seduced by their crunchiness, their folded shape, their thickness and their exquisite taste.



Des que va ser descoberta l'any 1829, Evian® és reconeguda com l'aigua mineral natural dels Alps Francesos. Actualment, és l'aigua mineral natural més venuda al món, present a més de 144 països.

Evian® ha estat sempre unida al món de la moda. En els darrers anys ha elaborat ampolles d'edició limitada en col·laboració amb grans dissenyadors com Christian Lacroix, Jean Paul Gaultier o Paul Smith, que va crear l'edició 2010.

Per a més informació: www.evian.com/es

Desde su descubrimiento en 1829, Evian® es reconocida como el agua mineral natural de los Alpes Franceses. Actualmente, es el agua mineral natural más vendida del mundo, presente en más de 144 países.

Evian® ha estado siempre unida al mundo de la moda. En los últimos años ha elaborado botellas de edición limitada en colaboración con grandes diseñadores como Christian Lacroix, Jean Paul Gaultier o Paul Smith, que creó la edición 2010.

Para más información: www.evian.com/es

Since its discovery in 1829, Evian® is famous for being the natural mineral water of the French Alps. Today, it is the world's best-selling natural mineral water, present in over 144 countries.

Evian® has always been part of the world of fashion. In recent years it has created limited edition bottles in collaboration with top designers such as Christian Lacroix, Jean Paul Gaultier and, most recently, Paul Smith, who designed the 2010 edition.

For more information: www.evian.com/es



Benvingut a la first class de Minivip's. Oblidi's de la logística, només relaxi's. Acaba d'arribar a una empresa que porta més de deu anys optimitzant el temps dels seus clients. Tot el que necessiti és aquí. Viatge de negocis? De plaer? De negocis i plaer? First Class Minivip's ho té tot a punt. Dediqui el seu temps a allò que és realment important. Minivip's farà la resta.

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

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



Mitsubishi Electric comercialitza una gamma molt extensa de productes **d'altres prestacions i disseny acurat** que engloba tot tipus de solucions del mercat audiovisual i garanteix sempre els màxims exigits en matèria de **qualitat, fiabilitat i usabilitat**.

Les **Solucions audiovisuals de Digital Signage** de Mitsubishi Electric, les **pantalles LED** i els **monitors** professionals de **32", 42", 46", 52" i 65"** s'adapten a les necessitats de cada punt de venda i aconseguixen **cridar l'atenció del client**.

Mitsubishi Electric comercializa una gama muy extensa de productos de **altas prestaciones y cuidado diseño** que engloba todo tipo de soluciones del mercado audiovisual y garantiza siempre los máximos exigidos en materia de **calidad, fiabilidad y usabilidad**.

Las **Soluciones audiovisuales en Digital Signage** de Mitsubishi Electric, sus **pantallas LED** y sus monitores profesionales de **32", 42", 46", 52" y 65"** se adaptan a las necesidades de cada punto de venta y consiguen **llamar la atención del cliente**.

Mitsubishi Electric markets an extensive range of **high performance and carefully designed** products, including all kinds of solutions for the audiovisual market, and always guarantees the highest possible standards in terms of **quality, reliability** and usability.

The **Digital Signage audiovisual solutions** by Mitsubishi Electric, its **LED screens** and its professional-level **32", 42", 46", 52" and 65"** monitors, meet the needs of every point of sale, helping you to **attract the attention of the customer**.



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 130 milions de dòlars al voltant del món per a ajudar a homes, dones i nens afectats per la SIDA/VIH.

Fundada en Toronto (Canadá) en 1984, hoy M·A·C forma parte de la compañía Estée Lauder y está considerada como una de las marcas más influyentes y destacadas de la industria cosmética. Creada para satisfacer las necesidades de los maquilladores profesionales, M·A·C se ha convertido en la primera marca de maquillaje profesional que llega al punto de venta. El éxito de M·A·C se debe tanto al talento artístico y profesionalidad de sus maquilladores como a las fórmulas innovadoras, colores y texturas únicas de sus productos. Más allá de sus productos, M·A·C es una cultura que evoca la provocación y mantiene un estilo y actitud muy personales. El respeto al derecho de auto-expresión de todo el mundo se pone de manifiesto a través de su lema: "Todas las razas, todos los sexos, todas las edades". Siempre en contacto con el mundo de la moda, belleza y cultura, M·A·C está presente en los backstages de las pasarelas de moda más importantes del mundo (Nueva York, París, Milán, Londres...) creando los maquillajes de cada temporada de la mano de los diseñadores más prestigiosos. 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.

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 and 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 \$130 million for men, women and children affected by AIDS.

Per a més informació / Para más información / More information:
www.maccosmetics.com



ALTERNA

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

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

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

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

Actrices y actores de Hollywood, como Reese Witherspoon, Sandra Bullock, Demi Moore, Jennifer Garner, Richard Gere, Jennifer Aniston, Ewan McGregor, Julia Roberts, Jennifer López, Julianne Moore, Scarlett Johansson, Hilary Duff o Kate Bosworth, o modelos como Kate Moss o Sienna Miller, entre otras, consideran imprescindibles los productos Alterna y se declaran sus fervientes admiradores. Las revistas de moda y belleza más importantes utilizan los productos Alterna para sus reportajes y los recomiendan en sus páginas. Uno de los secretos del éxito de ALTERNA reside en la utilización de ingredientes naturales y sus productos disponen de certificación orgánica o ECOCERT. Todos los productos Alterna utilizan tecnologías líderes para el cuidado de la piel en combinación con plantas y principios bioactivos marinos para obtener los mejores resultados.

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

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

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

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

STEREORENT



STEREORENT, creada l'any 1985 i amb central a Barcelona, ofereix serveis integrals de comunicació audiovisuals a empreses i institucions, sent en l'actualitat un referent en el sector. La seva filosofia de treball s'ha basat sempre en aconseguir per als seus clients un mateix objectiu, "la comunicació espectacle". STEREORENT ofereix serveis en els següents àmbits: Vídeo, Projectió, Àudio, Telecomunicacions, Informàtica, Il·luminació i complements. STEREORENT, estructura flexible. STEREORENT és una empresa amb capacitat humana i tècnica suficient per a cobrir des de actes de petit format fins a actes multitudinaris. STEREORENT, lideratge indiscutible. Per la qualitat dels seus equips i la professionalitat del seu personal, STEREORENT és una de les empreses capdavanteres a nivell nacional a la hora de complementar amb imatge i so tot tipus d'events. STEREORENT, innovació constant. STEREORENT ofereix en la actualitat la més àmplia gamma de possibilitats en pantalles de gran tamany dotades de la tecnologia més actual, motiu del seu indiscutible prestigi i reconeixement.

STEREORENT, creada en el año 1.985 y con central en Barcelona, ofrece servicios integrales de comunicación audiovisual a empresas e instituciones, siendo en la actualidad un referente en el sector. Su filosofía de trabajo se ha basado siempre en conseguir para sus clientes el mismo objetivo, "la comunicación espectáculo". STEREORENT ofrece servicios en los siguientes ámbitos: Vídeo, Proyección, Audio, Telecomunicaciones, Informática, Iluminación y complementos. STEREORENT, estructura flexible. STEREORENT es una empresa con capacidad humana y técnica suficiente para cubrir desde actos de pequeño formato hasta actos multitudinarios. STEREORENT, liderazgo indiscutible. Para la calidad de sus equipos y la profesionalidad de su personal, STEREORENT es una de las empresas líderes a nivel nacional a la hora de complementar con imagen y sonido todo tipo de eventos. STEREORENT, innovación constante. STEREORENT ofrece en la actualidad la más amplia gama de posibilidades en pantallas de gran tamaño dotadas de la tecnología más actual, motivo de su indiscutible prestigio y reconocimiento.

STEREORENT is a Barcelona-based company founded in 1985 which provides integral audiovisual communication services to companies and institutions. It is currently a point of reference in its industry. Its work philosophy has always been based on the aim of achieving the same goal for all its customers: the "Communication / Spectacle" concept. STEREORENT's services cover the following areas: Video, Projection, Audio, Telecommunications, IT, Lighting and ancillary features. STEREORENT, a flexible structure. STEREORENT has the necessary human and technical resources to cover anything from small events to shows involving thousands of people. STEREORENT, an undoubted leader. The quality of its equipment and the professionalism of its staff make STEREORENT one of the Spanish leaders in the combination of sound and images in all kinds of events. STEREORENT, constant innovation. STEREORENT currently provides a broad range of options in large state-of-the-art screens, which form the basis of its undoubted prestige and reputation.



MUJI

Productes de qualitat sense marca

MUJI neix al Japó amb la intenció de proveir el mercat de productes de disseny funcional d'alta qualitat i a preus raonables. A les botigues MUJI podem trobar mobiliari, roba i complements, accessoris i roba per a la llar, productes de bellesa, material d'oficina i articles per a viatges.

MUJI

Productos de calidad sin marca

MUJI nace en Japón con la intención de proveer al mercado de productos de diseño funcional de alta calidad y a precios razonables. En las tiendas MUJI podemos encontrar mobiliario, ropa y complementos, accesorios y ropa para el hogar, productos de belleza, material de oficina y artículos para viajes.

MUJI

Quality products without a brand name

MUJI was established in Japan as a means to provide the market with functionally designed high quality products at a reasonable price. On MUJI retail stores we can find furniture; clothing and accessories; household goods and linen; beauty and care products, office stationery and travel gear.

www.muji.es/shop



Fundada fa divuit anys, Atrezzo és una de les companyies líders d'Europa en disseny, producció i comercialització de productes i serveis de Visual Merchandising per a Fashion Retail, i ha acompanyat els grans grups de moda internacionals en la seva expansió.

“Catching the look of the world” és el nou concepte de marca que transmet l'esperit dinàmic i permanentment observador d'Atrezzo. Com a trendsetter, Atrezzo destaca per la seva capacitat d'entendre i aportar constantment noves propostes, sempre anticipant-se als canvis d'estil.

La companyia controla internament tot el procés industrial a la seva fàbrica de 7.500 metres quadrats d'última generació, situada a Girona, al nord de Barcelona.

Fundada hace dieciocho años, Atrezzo es una de las compañías líderes de Europa en el diseño, producción y comercialización de productos y servicios de Visual Merchandising para Fashion Retail, y ha acompañando en su expansión a los grandes grupos de moda internacionales.

“Catching the look of the world” es el nuevo concepto de marca que transmite el espíritu dinámico y permanentemente observador de Atrezzo. En tanto que trendsetter, Atrezzo destaca por su capacidad de entender y aportar constantemente nuevas propuestas, siempre anticipándose a los cambios de estilo.

La compañía controla internamente todo el proceso industrial en su fábrica de 7.500 metros cuadrados de última generación, situada en Girona, al norte de Barcelona.

Established 18 years ago, Atrezzo is one of Europe's leading companies in design, production and marketing of Visual Merchandising products and services for Fashion Retail, hand in hand with the international big fashion conglomerates through their expansion.

‘Catching the Look of the World’ is a new brand concept which helps to broadcast the permanently observing and dynamic spirit of Atrezzo. As a fashion trendsetter it stands out for their ability to understand and constantly contribute with new proposals, always ahead of any novelties in style.

The firm internally controls its state of the art 7,500 m2 textile manufacturing plant industrial process, located in Girona, to the north of Barcelona.

MAAM

Treball. Som especialistes en el disseny i producció d'articles a partir de la revisió i recuperació de residus industrials. Produccions originals i limitades. Col.laborem amb les empreses en generar campanyes de comunicació per posicionar-se en valors ecològics, socials i de sostenibilitat.

Ens dirigim. Empreses, agències de comunicació, institucions, fires i museus que comparteixin els valors del respecte pel medi ambient i les persones.

Productes. Ecoinnovació en objecte regal promocional, packaging, objectes ús personal, joieria.

Col.laboracions

- Centre d'Iniciatives per a la Reinserció (CIRE), Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya
- Artesania Catalunya
- Fira de Girona, Fira de Cornellà
- El Tinter
- Mimcord

Reconeixements

- 080 Barcelona fashion, 2009 i 2010
- Primer premi EBREAMBIENT A LA SOSTENIBILITAT 2010
- Fira Ambiente 2010, Stand d'Artesania de Catalunya, Frankfurt
- Premis Disseny per al Reciclatge 2009: producte reciclat / reciclable

Trabajo. Somos especialistas en el diseño y producción de artículos a partir de la revisión y recuperación de residuos industriales. Producciones originales y limitadas. Colaboramos con las empresas en generar campañas de comunicación para posicionarse en valores ecológicos, sociales y de sostenibilidad.

Nos dirigimos. Empresas, agencias de comunicación, instituciones, ferias y museos que compartan los valores del respeto por el medio ambiente y las personas.

Productos. eco innovación en objeto regalo promocional, packaging, objetos uso personal, joyería.

Colaboraciones

- Centro de Iniciativas para la Reinserción (CIRE), Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya
- Artesania Catalunya
- Fira de Girona, Fira de Cornellà
- El Tinter
- Mimcord

Reconocimientos

- 080 Barcelona fashion, 2009 y 2010
- Primer premio EBREAMBIENT A LA SOSTENIBILIDAD 2010
- Feria Ambiente 2010, Stand de Artesanía de Catalunya, Frankfurt
- Premios Diseño para el Reciclaje 2009: producto reciclado / reciclable

Work. We specialize in designing and producing articles from the review and recovery of industrial waste. Original and limited productions. We collaborate with companies to build communications campaigns to position themselves as ecologically, socially and sustainability concerned.

We aim. Companies, media agencies, institutions, museums and exhibitions centres that share values of respect for the environment and people.

Products. Eco-innovation in promotional gifts, packaging, personal items, jewelry.

Collaborations

- Centre d'Iniciatives per a la Reinserció (CIRE), Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya
- Artesania Catalunya
- Fira Girona, Fira Cornellà
- El Tinter
- Mimcord

Acknowledgments

- 080 Barcelona fashion, 2009 and 2010.
- First prize EBREAMBIENT to sustainability in 2010
- Ambiente Fair 2010, d'Artesania de Catalunya stand, Frankfurt
- Design for recycling 2009 Award: The Agència de Residus de Catalunya (Waste Agency of Catalonia)



La història de Tintes Egara és el relat d'una empresa que neix de la determinació i il·lusió de tres professionals: Ignacio Galobart, Francesc Bové i Joan Rodó, que van crear una tintoreria enfocada a la tintura de filaments naturals que, cinquanta-dos anys més tard, s'ha convertit en una empresa de tints i acabats que ofereix als seus clients una àmplia carta de dissenys obtinguts amb processos innovadors. El Sr. Armand Galobart, director de Tintes Egara des de 1984, amb una gran dosi de creativitat i una extraordinària visió comercial, ha estat l'artífex de la transformació en l'empresa moderna que és actualment. Per això, Tintes Egara es defineix a si mateixa com "camaleònica", doncs, des de la seva fundació, ha sabut adaptar-se a les necessitats del mercat.

La historia de Tintes Egara es el relato de una empresa que nace de la determinación e ilusión de tres profesionales: Ignacio Galobart, Francesc Bové y Joan Rodó, que crearon una tintorería enfocada a la tintura de filamentos naturales que, cincuenta y dos años después, se ha convertido en una empresa de tintes y acabados que ofrece a sus clientes una amplia carta de diseños obtenidos con procesos innovadores. El Sr. Armand Galobart, director de Tintes Egara desde 1984, con su gran dosis de creatividad y extraordinaria visión comercial, ha sido el artífice de la transformación en la empresa moderna que es actualmente. Por ello, Tintes Egara se define a sí misma como "camaleónica", ya que, desde su fundación, ha sabido adaptarse a las necesidades del mercado.

The story of Tintes Egara is that of a company born from the energy and the determination of three professionals: Ignacio Galobart, Francesc Bové and Joan Rodó. Together, they created a dyer's shop specialising in the dyeing of natural fibres which, fifty-two years later, has become a dye and finishes company that is able to offer its clients a wide array of designs, obtained through modern and innovative processes. Armand Galobart, director of Tintes Egara since 1984, with his boundless creativity and extraordinary commercial vision, has been the catalyst behind the firm's transformation into the modern company that it is today. Tintes Egara defines itself as "chameleon-like", because ever since its foundation it has been able to adapt to the constantly changing needs of the market.

Organització

Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya

Coordinació

DEMOFashion

Producció, Direcció Artística i Càsting:

ESMA Proyectos

Showroom

ANNEMARIE T. CONSULTANCY

Prensa Nacional, RRPP i Sponsoring

Equipo Singular

Prensa Internacional

TOTEM

Comunicació i Disseny gràfic

Creàtica

Impressió

Sanvergrafic S.L

Edita

© Generalitat de Catalunya

Departament d'Innovació, Universitats i Empresa

Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya

C/ Provença 339

08037 Barcelona

Ia Edició

1.250 exemplars

Barcelona, juliol de 2010

Dipòsit legal

B.30823-2010

www.080barcelonafashion.com



Amb el suport de:

