

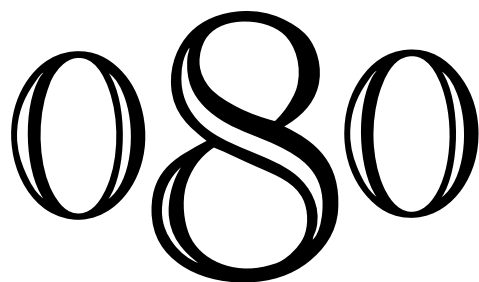


080

BARCELONA
FASHION
SPRING/SUMMER 2014



Generalitat
de Catalunya



BARCELONA
F A S H I O N
S P R I N G / S U M M E R 2 0 1 4



Generalitat
de Catalunya



Benvinguts al 080 Barcelona Fashion - juliol 2013.

La capital de Catalunya acull, durant 5 dies, una àmplia i variada proposta del món de la moda i de la creació.

Un recull que va des dels dissenyadors més novells fins a les grans empreses líders del sector del tèxtil, a casa nostra i al món.

Certament, és una gran mostra de la força creativa i de la força empresarial, resumida i condensada en cada una de les desfilades.

Aquesta edició del 080 Barcelona Fashion segueix el camí que va començar, ara fa ja 11 edicions, de posar en valor el gran talent creatiu, que la nostra nació, Catalunya, té, sota el guiatge de totes i cada una de les persones que hi treballen i que aporten tan generosament el seu talent a aquest projecte col·lectiu.

Com és sabut, un objectiu prioritari del Govern de Catalunya és ajudar el sector industrial i, en especial, el del tèxtil i de la moda, per tal que tinguin el màxim ressò i la màxima projecció internacional.

Un total de 32 desfilades configuren aquesta edició, així com el programa acadèmic que es porta a terme els dies 9 i 10 de juliol.

Un cop més, mereix una menció especial el treball que es porta a terme amb les escoles de disseny i de moda de Catalunya. I les propostes que, en el marc del 080 Design Contest, s'hi presenten.

Un altre dels vectors de la col·laboració entre el món de l'empresa i el formatiu és el desenvolupament del 080 TV Channel i el màster de comunicació en moda Blanquerna-080 Barcelona Fashion.

No dubto gens ni mica que l'esforç i el treball que tots els que hi participen fan, ja des de fa temps, significarà que aquesta 12a edició sigui, un cop més, aquell punt de trobada del sector de tèxtil i de la moda, i ajudarà a albirar nous i il·luscionants projectes en el món de la creació.

Gràcies, benvinguts de nou i fins al gener de l'any vinent.

Felip Puig i Godes
Conseller d'Empresa i Ocupació
Generalitat de Catalunya

Bienvenidos al 080 Barcelona Fashion - julio 2013.

La capital de Cataluña acoge, durante 5 días, una amplia y variada propuesta del mundo de la moda y de la creación.

Una recopilación que va desde los diseñadores más noveles hasta las grandes empresas líderes del sector textil, de nuestro país y del mundo.

Ciertamente, es una gran muestra de fuerza creativa y de fuerza empresarial, resumida y condensada en cada uno de los desfiles.

Esta edición del 080 Barcelona Fashion sigue el camino que empezó, hace ya 11 ediciones, de poner en valor el gran talento creativo que nuestra nación, Cataluña, tiene, de la mano de todas y cada una de las personas que trabajan en ella y que aportan tan generosamente su talento a este proyecto colectivo.

Como es sabido, un objetivo prioritario del Gobierno de Cataluña es ayudar al sector industrial y, en especial, al del textil y la moda, para que tengan la máxima resonancia y proyección internacional.

Un total de 32 desfiles configuran esta edición, así como el programa académico que se lleva a cabo los días 9 y 10 de julio.

Una vez más, merece una mención especial el trabajo que se lleva a cabo con las escuelas de diseño y de moda de Cataluña. Y las propuestas que, en el marco del 080 Design Contest, se presentan.

Otro de los vectores de la colaboración entre el mundo de la empresa y el mundo formativo es el desarrollo del 080 TV Channel y el máster de comunicación en moda Blanquerna-080 Barcelona Fashion.

No tengo ninguna duda de que el esfuerzo y el trabajo que todos los que participan llevan ya haciendo desde hace tiempo, significarán que esta 12ª edición sea, una vez más, aquel punto de encuentro del sector textil y de la moda, y ayudará a divisar nuevos e ilusionantes proyectos en el mundo de la creación.

Gracias, bienvenidos de nuevo y hasta enero del año que viene.

Felip Puig i Godes
Consejero de Empresa y Ocupación
Generalitat de Catalunya

Welcome to the 080 Barcelona Fashion July 2013.

The capital of Catalonia will host, for 5 days, a wide variety of fashion and creation proposals.

A gathering ranging from novice designers, to major textile companies, leaders in our country and around the world.

Certainly a sign of creative and business strength summarized and condensed in each and every parade.

This edition of the 080 Barcelona Fashion follows the path that began, 11 editions ago, highlighting the creative talent that our nation, Catalonia, has, with the help of each and every one of the people who have worked so hard and so generously contributed their talents to this combined effort.

As is well known, it is a priority of the government of Catalonia, to assist industry and in particular the fashion textile industry so that it has maximum impact and international projection.

A total of 32 parades will take place this year, and the academic program is to be held on 9 and 10 July.

Once again, the work done with fashion and design schools in Catalonia deserves a special mention as do the proposals to be presented under the umbrella of the 080 Design Contest.

Another vector of the collaboration between the company and education is the development of the 080 TV Channel and the master's in fashion media "Blanquerna-080 Barcelona Fashion."

I have not the slightest doubt that the effort and work that all involved have already been doing for some time, will mean that this 12th edition will once again this year be the meeting point of the fashion and textile industries thus helping to envision new enthusiastic projects from the creative world.

Thank you. Welcome once more and see you again in January next year.

Felip Puig Godes
Minister of Enterprise and Labour
Government of Catalonia



Arriba una nova edició del 080 Barcelona Fashion.

Durant cinc dies, el DHUB de Barcelona, l'emble-màtic edifici de la plaça de les Glòries, obrirà de nou les portes a la ciutat, per tal d'acollir el bo i millor del disseny en el camp de la moda, en una superfície de gairebé 6.000 m².

El 080 Barcelona Fashion agrupa tota la proposta creativa del món de la moda sota un mateix sostre i en les mateixes dates. Serà la segona ocasió en què coincideixin els professionals del sector, els alumnes de les escoles de disseny i moda i el món universitari. En definitiva, el 080 esdevindrà un punt de trobada per a tothom que se sent implicat amb la moda i amb el disseny.

Des de la Direcció General de Comerç, mitjançant el Consorci de Comerç, Artesania i Moda, ens esforcem, edició rere edició, per donar el màxim suport i la màxima visualització a tot el teixit empresarial del sector.

Mereixen una menció especial, en aquesta edició, les més de cinquanta pop-ups que trobarem en l'àrea oberta.

Us convido a gaudir d'aquesta dotzena edició del 080 Barcelona Fashion i a passejar per les diverses àrees, a visitar les diferents propostes i a viure intensament la moda.

Catalunya disposa de magnífics creadors en totes les disciplines i, molt especialment, en el camp de la moda. Aquesta edició és un molt bon reflex de la vitalitat i de la qualitat d'aquest sector al nostre país. Per això el 080 Barcelona Fashion és una aposta de present amb voluntat de construir futur.

Desitjo que aquesta dotzena edició del 080 Barcelona Fashion us sigui profitosa i gratificant, i us convido, ja des d'ara, a retrobar-nos en la tretzena edició, que se celebrarà el proper mes de gener de 2014.

Josep Maria Recasens
 Director General de Comerç
 Generalitat de Catalunya

Llega una nueva edición del 080 Barcelona Fashion.

Durante cinco días, el DHUB de Barcelona, el emblemático edificio de la plaza de les Glòries, abrirá de nuevo las puertas a la ciudad, para acoger lo mejor del diseño en el campo de la moda, ocupando una superficie de casi 6.000 m².

El 080 Barcelona Fashion agrupa toda la propuesta creativa del mundo de la moda bajo un mismo techo y en las mismas fechas. Será la segunda ocasión en que coincidirán los profesionales del sector, los alumnos de las escuelas de diseño y moda y el mundo universitario. En definitiva, el 080 será un punto de encuentro para todo aquel que se sienta implicado en el mundo de la moda y en el del diseño.

Desde la Direcció General de Comerç, a través del Consorci de Comerç, Artesania i Moda, nos esforzamos, edición tras edición, en dar el máximo soporte y la máxima visualización a todo el tejido empresarial del sector.

Mención especial merecen, en esta edición, las más de cincuenta pop-ups que encontraremos en el área abierta.

Os invito a disfrutar de esta doceava edición del 080 Barcelona Fashion y a pasear por las diversas áreas, visitando las diferentes propuestas y viviendo intensamente la moda.

Catalunya dispone de magníficos creadores en todas las disciplinas y, muy especialmente, en el campo de la moda. Esta edición es un reflejo de la vitalidad y de la calidad de este sector en nuestro país. Por todo esto, el 080 Barcelona Fashion es una apuesta de presente con voluntad de construir futuro.

Deseo que esta doceava edición del 080 Barcelona Fashion os sea provechosa y gratificante, y os invito, ya desde ahora, a reencontrarnos en la treceava edición que se celebrará el próximo mes de enero de 2014.

Josep Maria Recasens
Director General de Comercio
Generalitat de Catalunya

A new edition of the 080 Barcelona Fashion is here.

For five days, DHUB Barcelona's emblematic Plaça de les Glòries, will open its doors again to the city to host the best of the best in fashion design, occupying an area of 6,000 m².

080 Barcelona Fashion brings together all the creative proposals of the fashion world under one roof and at the same time. It will be the second time that industry professionals, students and fashion design schools and universities coincide. In short, 080 will become a meeting point for everyone who feels involved with fashion and design.

From the Department of Commerce through the Consortium of Trade, Crafts and Fashion we strive, each edition, to give maximum support and maximum visibility to the whole fashion business sector.

We make special mention in this edition of the over fifty pop-ups to be found in the open area. I invite you to enjoy this twelfth edition of 080 Barcelona Fashion and walk around the different areas, visiting the various proposals and living fashion intensely.

Catalonia has magnificent artists in all disciplines, particularly in the field of fashion. This edition is a very good reflection of the quality and vitality of this sector in our country. So the 080 Barcelona Fashion is a present commitment to the will to build the future.

I hope that this twelfth edition of 080 Barcelona Fashion will prove fruitful and rewarding and I invite you, right now, to meet again in the thirteenth edition to be held next January 2014.

Josep Maria Recasens
General Director of Trade
Generalitat of Catalonia

LA CIUTAT 080 BARCELONA FASHION

Benvinguts.

Del 8 al 12 de juliol, de nou, posem en marxa una nova edició del 080 Barcelona Fashion, cinc dies de moda, de disseny, de creació, de mostrar al món el talent creatiu dels nostres dissenyadors.

La creativitat i la innovació són els principals vectors que inspiren sempre el 080 Barcelona Fashion, sense oblidar, en cap moment, la importància del mercat i la voluntat de donar sortida internacional als dissenyadors i a les empreses de Catalunya.

Ja en la passada edició, vàrem dir que l'objectiu principal del 080 era el de convertir-se en el punt de trobada del sector del tèxtil i de la moda en totes les seves vessants:

- Acadèmica
- Creativa
- Productora

I, per tant, de totes aquelles persones que, d'una manera o altra, estan vinculades amb alguna d'aquestes vessants.

Al llarg dels cinc dies podrem veure:

- Un total de 32 desfilades.
- Dos jornades de treball a càrrec de Texfor i ACTM / CECOTEX.
- La màster class impartida, com sempre, per un professional del sector de màxim prestigi.

Un programa dens, professional, pensat per donar cabuda a tots els formats i a totes les propostes creatives i empresarials.

Us convidem a seguir tot el que passa en el món de la moda a través del nostre web 080barcelonafashion.cat, a seguir la programació que, sense interrupció, oferirà el nostre canal de TV, el 080 TV Channel.

En nom de tot l'equip que tinc la satisfacció de dirigir us dono la benvinguda i us agraeixo la vostra presència, i espero poder-vos trobar de nou el gener del 2014.

Gràcies!

Miquel Rodríguez
Gerent
Consorti de Comerç,
Artesania i Moda de Catalunya

LA CIUDAD 080 BARCELONA FASHION

Bienvenidos,

Del 8 al 12 de julio, de nuevo, ponemos en marcha una nueva edición del 080 Barcelona Fashion, cinco días de moda, de diseño, de creación, de mostrar al mundo el talento creativo de nuestros diseñadores.

La creatividad y la innovación son los principales vectores que inspiran siempre el 080 Barcelona Fashion, sin olvidar, en ningún momento la importancia del mercado y la voluntad de dar salida internacional a los diseñadores y a las empresas de Catalunya.

Ya en la pasada, dijimos que el objetivo principal del 080 era el de convertirse en el punto de encuentro del sector textil-moda en todas sus vertientes:

- Académica
- Creativa
- Productora

Y, por lo tanto, de todas aquellas personas que, de una u otra manera, están vinculadas a alguna de estas vertientes.

A lo largo de cinco días podremos ver:

- Un total de 32 desfiles.
- Dos jornadas de trabajo a cargo de Texfor y ACTM / CECOTEX.
- La master class impartida, como siempre, por un profesional del sector de gran prestigio.

Un programa denso, profesional, pensado para dar cabida a todos los formatos y a todas las propuestas creativas y empresariales.

Os invitamos a seguir todo lo que pasa en el mundo de la moda visitando nuestra web www.080barcelonafashion.cat, a seguir la programación que, sin interrupción, ofrecerá nuestro canal de televisión, el 080 TV Channel.

En nombre de todo el equipo que tengo la satisfacción de dirigir os doy la bienvenida y, os agradezco vuestra presencia, y, espero poderos encontrar de nuevo en enero del 2014.

¡Gracias!

Miquel Rodríguez
Gerente
Consorcio de Comercio,
Artesanía y Moda de Catalunya

THE 080 BARCELONA FASHION CITY

Welcome,

From 8 to 12 July, once again, we will see a new edition of the 080 Barcelona Fashion. Five days of fashion, design and creation, of showing the world the creative talent of our designers.

Creativity and innovation are the main vectors that always inspire 080 Barcelona Fashion without forgetting at any time the importance of the market and the endeavor to provide companies and designers in Catalonia a springboard to the international markets.

Already last year we said that the main purpose of 080 was to become a meeting point for the textile and fashion industries in all their aspects:

- Academic
- Creative
- Production potential

And therefore for all those who, in one way or another, are linked to any of these aspects.

Over the five days we will see:

- A total of 32 fashion parades.
- Two workshops by TEXFOR and ACTM / CECOTEX.
- A Master Class offered by a fashion professional of great renown.

A dense program; professional, designed to accommodate all formats and creative and business proposals.

We invite you to follow proceedings in the world of fashion by visiting our web site 080barcelonafashion.cat, and to follow the lineup of events without interruption on our TV channel: 080 TV Channel.

On behalf of the team I have the satisfaction of leading; I welcome you and thank you for your presence and hope to see you again in January 2014.

Thank you!

*Miquel Rodríguez
Manager
Consortium of Trade,
Crafts and Fashion of Catalonia*

Í N D E X · Í N D

I4 Programa desfilades · Programa desfiles · *Fashion shows program*

I6 Edifici DHUB

Open Area

20 S Moda Photo Shoot Contest

2I 080 TV CHANNEL

22 Cutero Bikes
Tesines de Moda / Tesinas de Moda / *Thesis collections 2012/2013*
Laura Casal - Valls

24 Pop-up stores

28 Fundación SOS Día Universal de la Infancia

30 Conferències / Conferencias / *Conferences*

32 Exposiciones / Exposicions / *Exhibitions*

37 Elite Model Look

I C E · I N D E X

Dissenyadors i marques · Diseñadores y marcas · Designers & Brands

38	ALBÉNIZ	78	BCN BRAND
40	ALEXIS REYNA	80	BÓBOLI
42	BRAIN&BEAST	82	CÓNDOR
44	CELIA VELA	84	DESIGUAL
46	CUSTO BARCELONA	86	ESCORPION
48	GUILLERMINA BAEZA	88	MANGO
50	JOSEP ABRIL	90	NAULOVER
52	JUAN PEDRO LOPEZ	92	PUNTO BLANCO
54	JUSTICIA RUANO	94	SLAZENGER
56	KRIZIA ROBUSTELLA	96	TORRAS
58	MANUEL BOLAÑO	98	YERSE
60	MIRIAM PONSÀ		
62	NATALIE CAPELL	102	MODAFAD
64	SCHIPPER/ARQUES		
66	SELIM DE SOMAVILLA		
68	SUR		
70	TCN		
72	YIORGOS ELEFThERIADES		
74	WHO		
76	ZAZO&BRULL		

I04

Little Barcelona

I06

Marxandatge / Merchandising

I08

Patrocinadors / Patrocinadores / Sponsors

P R O G R A M A

D E S F I L A D E S · D E S F I L E S · F A S H I O N S H O W S

■ Cal tenir invitació / Se necesita invitación / By invitation only

08 / 07 / 2013

20:30h MANGO ■

09 / 07 / 2013

10:30h KRIZIA ROBUSTELLA
SELIM DE SOMAVILLA

12:00h ALBÉNIZ

13:30h WHO

SUR

16:00h MANUEL BOLAÑO

17:30h ZAZO&BRULL

19:00h BRAIN&BEAST

20:30h DESIGUAL ■

10 / 07 / 2013

10:30h SCHIPPER / ARQUES

12:00h NATALIE CAPELL

13:30h ALEXIS REYNA

16:00h JUAN PEDRO LOPEZ

17:30h CELIA VELA

19:00h TCN

20:30h CUSTO BARCELONA ■

11 / 07 / 2013

10:30h YERSE

12:00h YIORGOS ELEFThERIADES

13:30h GUILLERMINA BAEZA

16:00h JUSTICIA RUANO

17:30h JOSEP ABRIL

19:00h Lliurament de premis
Entrega de premios
Awards ceremony

MIRIAM PONSÀ

21:00h MODAFAD

12 / 07 / 2013

10:30h CÓNDOR

BÓBOLI

12:00h BCN BRAND

NAULOVER

TORRAS

13:30h PUNTO BLANCO

SLAZENGER

16:00h ESCORPION

PROGRAM

VILLAGE

Horari / Horario / Timetable

08 / 07 / 2013

17:30h - 21:00h

09 - 12 / 07 / 2013

10:00h - 21:00h

OPEN AREA POP - UP STORES

Horari / Horario / Timetable

09 - 12 / 07 / 2013

10:00h - 20:30h

CONFÈRÈNCIES · CONFERENCIAS CONFERENCES

Horari / Horario / Timetable

09 / 07 / 2013

09:30h - 17:45h. Auditori

TexMeeting by Texfor : La indústria és moda

TexMeeting by Texfor : La industria es moda

TexMeeting by Texfor: Industry is fashion

10 / 07 / 2013

16:30h.

ACTM/ CECOTEX Presentació: El Comerç Tèxtil en xifres

ACTM/ CECOTEX Presentación :El Comercio Textil en cifras

ACTM/CECOTEX Presentation: The Textile Trade in Figures

MASTER CLASS

Horari / Horario / Timetable

12 / 07 / 2013

12:00h - 14:00h. Auditori



D H U B

080 BARCELONA FASHION TORNA A LA
NOVA SEU DEL DISSENY HUB BARCELONA



Edifici DHUB. Fotografia: Lourdes Jansana

Per segona vegada, el Disseny Hub Barcelona acull una nova edició del 080 Barcelona Fashion. Un edifici singular, projectat per l'equip d'MBM arquitectes per acollir les vastes col·leccions del Museu del Disseny —arts decoratives, disseny, ceràmica, indumentària i arts gràfiques—, serà el marc incomparable de tots els actes programats per als primers dies de juliol.

Enguany, mentre s'hi acaba de condicionar l'interiorisme de les grans zones de servei intern de l'edifici —oficines, sales de reserva, tallers, aules...— i s'organitza el trasllat del Centre de Documentació i de les col·leccions —més de 70.000 objectes—, fins ara exhibides al Palau de Pedralbes, per poder inaugurar la nova museografia durant la primavera del 2014, el Museu no ha volgut deixar perdre l'oportunitat de contribuir a la difusió de la moda a la nostra ciutat.

Precisament, com ja esmentàvem, un dels àmbits del Museu és el dedicat a la indumentària, producte de donacions de grans col·leccionistes, com és el cas de

Manuel Rocamora, o dels mateixos modistes, com ara Pedro Rodríguez o Toni Miró. Aquest fet explica el nostre interès per una manifestació de tant de ressò del món de la moda a Barcelona. Cal recordar, a més, que d'acord amb la Direcció General de Comerç de la Generalitat de Catalunya, els vestits premiats per un jurat internacional passaran novament a ingressar als fons del Museu, de manera que enriqueiran el patrimoni de la ciutat, la conservació i la difusió, processos que són responsabilitat del Museu.

Així doncs, un cop més, ens plau acollir l'organització del 080 Barcelona Fashion a la nostra nova seu del Disseny Hub a la plaça de les Glòries, que és, sens dubte, també un nou espai de centralitat de la ciutat.

Pilar Vélez
Directora del Museu
Disseny Hub Barcelona

E D I F I C I

080 BARCELONA FASHION VUELVE A LA
NUEVA SEDE DEL DISSENY HUB BARCELONA



Edificio DHUB. Fotografía: Lourdes Jansana

Por segunda vez el Disseny Hub Barcelona acoge una nueva edición del 080 Barcelona Fashion. Un edificio singular, proyectado por el equipo MBM arquitectos para acoger las vastas colecciones del Museo del Disseny – artes Decorativas, diseño, cerámica, indumentaria y artes Gráficas-, será el marco incomparable de todos los actos programados para los primeros días de julio.

Este año, en este 2013 apenas iniciado, mientras se acaba de acondicionar el interiorismo de las grandes zonas de servicio interno del edificio –oficinas, salas de reserva, talleres, aulas...-y se organiza el traslado del Centro de Documentación y de las colecciones –más de 70.000 objetos –hasta ahora exhibidas en el Palacio de Pedralbes, para poder inaugurar la nueva museografía durante la primavera del 2014, el Museo no ha querido dejar perder la oportunidad de contribuir a la difusión de la moda en nuestra ciudad.

Precisamente, como ya hemos comentado, uno de los ámbitos del Museo es el dedicado a la indumentaria,

producto de donaciones de grandes coleccionistas, como es el caso de Manuel Rocamora, o de los mismos modistos, como Pedro Rodríguez o Toni Miró. Este hecho explica nuestro interés por una manifestación con tanta repercusión del mundo de la moda en Barcelona. Hay que recordar, además, que de acuerdo con la Dirección General de Comercio de la Generalitat de Cataluña, los vestidos premiados por un jurado internacional, pasarán de nuevo a ingresar en los fondos del Museo, de manera que enriquecerán el patrimonio de la ciudad, la conservación y la difusión, procesos que son patrimonio del Museo.

Así pues, una vez más, nos complace acoger la organización del 080 Barcelona Fashion en nuestra nueva sede del Disseny Hub en la plaza de las Glorias, que es sin duda, un nuevo espacio de centralidad de la ciudad.

Pilar Vélez
Directora del Museu
Disseny Hub Barcelona

D H U B

080 BARCELONA FASHION REPEATS AT THE NEW HEADQUARTERS OF DISSENY HUB BARCELONA



Exposició "El cos vestit". Fotografia: La Fotogràfica

For the second time the Disseny Hub Barcelona will house an edition of 080 Barcelona Fashion. A unique building, from the team of architects MBM to house the vast collections of Museum of Design-Decorative Arts, Design, Ceramics, Clothing and Graphic Arts, it will be the incomparable setting for all the events programmed for the first days of July.

This year, while the finishing touches are being put to the interior design of the service areas of the building-offices, hire halls, workshops, classrooms...and the relocation of the Documentation Center and the collections-more than 70.000 objects-until now exhibited at the Pedralbes Palace, to be able to inaugurate the new museography in the spring of 2014, the Museum did not want to miss the chance to contribute to the dissemination of fashion in our city

Exactly in line with the aforementioned, one of the areas of the Museum is dedicated to clothing, the result of each and every donation from formidable collectors, as in the case of

Manuel Rocamora, or of the fashion designers themselves such as Pedro Rodríguez or Toni Miró. This fact explains our interest in such an important event for the Barcelona fashion world. We must remember too, that in agreement with the General Management of Commerce in Catalonia, the garments awarded prizes by the international panel of judges, will once more be incorporated into the Museum's collection, in that way enriching the heritage of the city, the conservation and diffusion of which is the Museum's responsibility.

In this way, once more, we are pleased to host the organization of 080 Barcelona Fashion in the new HQ of Disseny Hub in Glòries square which is without doubt, also a new central public space in the city.

*Pilar Vélez
Director. Barcelona
Disseny Hub Museum*

OPEN

S MODA PHOTO SHOOT CONTEST

En el S Moda Photo Shoot Contest set equips formats per un estilista i un fotògraf, alumnes d'escoles d'estilisme i de fotografia de Barcelona, competeixen per realitzar el millor foto-reportatge.

Les sessions de fotografia es faran en viu des d'un plató que es muntarà a l'àrea oberta de l'esdeveniment. Un jurat d'experts escollirà el reportatge guanyador que es publicarà a la revista S Moda.

Les escoles que participen en el concurs:

- ESDI Escola Superior de Disseny
- Escola Superior de Disseny Felicidad Duce
- IDEP Institut Superior de Disseny
- Institut Català de la Moda
- IED Barcelona Escola Superior de Disseny
- Llotja Escola Superior de Disseny i D'Art
- Elisava Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona
- Grisart Escola Superior de Fotografia
- IEFC Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya
- Escola Sant Ignasi-Jesuïtes de Sarrià
- Escola d'Art i Superior de Disseny Serra i Abella

El jurat d'experts que farà la selecció:

- Nico (fotògraf)
- Xavier Lanau (expert en direcció artística)
- Jorge de la Garza (expert en maquillatge i perruqueria)
- Fermín y Gilles (estilistes)
- Empar Prieto (directora de S Moda)
- Yolanda Muelas (directora Metal Magazine)
- Vanesa Lorenzo (model i dissenyadora)

Els / les models aniran vestits de dissenyadors que desfilen al 080 Barcelona Fashion de juliol de 2013.

En el S Moda Photo Shoot Contest siete equipos formados por un estilista y un fotógrafo, alumnos de escuelas de estilismo y fotografía de Barcelona, compiten para realizar el mejor foto-reportaje.

Las sesiones de fotografía se harán en vivo desde un plató que se montará en el área abierta del evento. Un jurado de expertos elegirá el reportaje ganador que se publicará en la revista S Moda.

Las escuelas que participan en el concurso:

- ESDI Escuela Superior de Diseño
- Escuela Superior de Diseño Felicidad Duce
- IDEP Instituto Superior de Diseño
- Instituto Catalán de la Moda
- IED Barcelona Escola Superior de Diseño
- Llotja Escuela Superior de Diseño y de Arte
- Elisava Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona
- Grisart Escuela Superior de Fotografía
- IEFC Instituto de Estudios Fotográficos de Cataluña
- Escuela San Ignacio-Jesuitas de Sarrià
- Escuela de Arte y Superior de Diseño Serra i Abella

El jurado de expertos que hará la selección:

- Nico (fotógrafo)
- Xavier Lanau (experto dirección artística)
- Jorge de la Garza (experto en peluquería y maquillaje)
- Fermín y Gilles (estilistas)
- Empar Prieto (directora de S Moda)
- Yolanda Muelas (directora Metal Magazine)
- Vanesa Lorenzo (modelo y diseñadora)

Los / las modelos irán vestidos de diseñadores que desfilan en el 080 Barcelona Fashion de julio de 2013.

In the S Moda Photo Shoot Contest seven teams formed by a stylist and a photographer studying at one of Catalan-based schools mentioned below, will compete to produce the best fashion editorial.

The shoot will take place during the fashion week and will be located in the event's open area.

An expert jury will select the best editorial and it will be published at S Moda magazine.

Schools that participate:

- ESDI Escola Superior de Disseny
- Escola Superior de Disseny Felicidad Duce
- IDEP Institut Superior de Disseny
- Institut Català de la Moda
- IED Barcelona Escola Superior de Disseny
- Llotja Escola Superior de Disseny i D'Art
- Elisava Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona
- Grisart Escola Superior de Fotografia
- IEFC Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya
- Escola Sant Ignasi-Jesuïtes de Sarrià
- Escola d'Art i Superior de Disseny Serra i Abella

Expert jury:

- Nico (photographer)
- Xavier Lanau (art director expert)
- Jorge de la Garza (make-up and hairdressing expert)
- Fermín y Gilles (stylists)
- Empar Prieto (S Moda Director)
- Yolanda Muelas (Metal Magazine Director)
- Vanesa Lorenzo (Model and designer)

The models will be dressed in clothes from the designers that are showing their collections on the 080 Barcelona Fashion July 2013 catwalk.

A R E A

080 TV CHANNEL



Facultat de Comunicació Blanquerna

Universitat Ramon Llull

El 080 Barcelona Fashion disposa d'un canal de televisió, que emet per internet, a través del seu web (www.080barcelonafashion.cat), en cadascuna de les seves edicions. Va ser inaugurat el gener del 2013, i compta amb una programació que inclou notícies, reportatges, entrevistes, comentaris i anàlisis, que complementen la retransmissió en directe de totes les desfilades.

D'aquesta manera, el 080 Barcelona Fashion ofereix, a la xarxa, material audiovisual abundant i interpretacions completes per contextualitzar i per entendre totes les novetats que es presenten a cada convocatòria.

Un grup de professionals i d'estudiants de la Facultat de Comunicació Blanquerna (Universitat Ramon Llull) s'encarrega d'aquesta cobertura, en la qual es contempen les múltiples facetes de l'esdeveniment –la creativa, la industrial, la comercial...– i en la qual tenen cabuda els diversos perfils que el fan possible: dissenyadors i altres figures del sector; empresaris, executius i patrocinadors; representants públics, models, periodistes, bloguers i un llarg etcètera.

Al 080 TV Channel, que a partir del curs vinent estarà vinculat al Màster en Comunicació de Moda 080 Barcelona Fashion, impartit igualment a la Facultat de Comunicació Blanquerna, es combina el rigor en el tractament periodístic amb un estil fresc i actual.

La 080 Barcelona Fashion disposa de un canal de televisió que emite por internet, a través de su web (www.080barcelonafashion.cat), coincidiendo con cada una de sus ediciones. Se inauguró en enero del 2013, y cuenta con una programación que incluye noticias, reportajes, entrevistas, comentarios y análisis que complementan la retransmisión en directo de todos los desfiles.

De esta manera, la 080 Barcelona Fashion ofrece, en la red, material audiovisual abundante e interpretaciones completas con el fin de contextualizar y entender todas las novedades que se presentan en cada convocatoria.

Un grupo de profesionales y de estudiantes de la Facultad de Comunicación Blanquerna (Universidad Ramon Llull), se encarga de esta cobertura, en la que se contemplan las múltiples facetas del acontecimiento –la creativa, la industrial, la comercial,...–, y en la que tienen cabida los diversos perfiles que la hacen posible: diseñadores y otras figuras del sector; empresarios, ejecutivos y patrocinadores; representantes públicos, modelos, periodistas, bloggers y un largo etcétera.

En el 080 TV Channel, que a partir del próximo curso estará vinculado al Máster en Comunicación de Moda 080 Barcelona Fashion, impartido igualmente en la Facultad de Comunicación Blanquerna, se combina el rigor en el tratamiento periodístico con un estilo fresco y actual.

080 Barcelona Fashion is set to have a television channel which will be livestreaming via its website (www.080barcelonafashion.cat) this and all future events. Livestreaming was begun in 2013, and now includes news, reports, interviews, commentaries and analysis, which altogether complement the live broadcasting of the entirety of the shows.

080 Barcelona Fashion hopes that by providing a full range of audiovisual and explanatory material in order to contextualize and thereby understand the new features that appear at each event.

A group of professionals and students from a Barcelona University's Faculty of Communication (the Ramon Llull) are set to cover the multiple facets of the event – the creative, industrial, commercial... – and the many diverse profiles of the people who make it all possible: designers and other figures from the sector; impresarios and investors, executives and sponsors; representatives of public bodies, models, journalists, bloggers and an even longer etcetera.

The 080 TV Channel, which from next year is to be linked to the 080 Barcelona MA in Fashion Communication taught at the Ramon Llull, will be as up-to-date and newsworthy as it will be fresh in its approach to the subjects involved.

O P E N

C U T E R O B I K E S

C U T E R O

080 BARCELONA
FASHION

Cutero realitza una bicicleta d'edició especial per a la 080 Barcelona Fashion Week. Les Cutero són bicicletes urbanes úniques, muntades a mà a partir d'antigues peces. Cada bicicleta ha estat dissenyada de forma individual, segons les necessitats i els gustos de qui l'ha de fer servir. Per a aquest projecte especial per a la 080, la decoració ha estat realitzada per l'il·lustrador Chamo San, de l'estudi Tocausta de Barcelona.

Cutero realiza una bicicleta de edición especial para la 080 Barcelona Fashion Week. Las Cutero son bicicletas urbanas únicas, montadas a mano a partir de antiguas piezas. Cada bicicleta ha sido diseñada de forma individual, según las necesidades y los gustos de quien la ha de hacer servir. En este proyecto especial para la 080, la decoración ha sido realizada por el ilustrador Chamo San, del estudio Tocausta de Barcelona.

Cutero makes a special edition bike for the 080 Barcelona Fashion Week. Cutero bikes are unique, hand-assembled using old parts. Each bicycle has been individually designed according to the needs and tastes of who is to use it. For this special project for the 080, the decoration has been done by the illustrator Chamo San from the Tocausta studio in Barcelona.

T E S I N E S D E M O D A 2 0 1 2 / 2 0 1 3
T E S I N A S D E M O D A 2 0 1 2 / 2 0 1 3
T H E S I S C O L L E C T I O N S 2 0 1 2 / 2 0 1 3

8 - 12 / 07 / 2013

Vitrines Open Area

Les escoles de moda de Barcelona presenten una selecció de les tesines d'aquest any escolar a les vitrines que s'exposaran a l'Open Area.

Las escuelas de moda de Barcelona presentan una selección de las tesinas de este año escolar en las vitrinas que se expondrán en el Open Area.

The Barcelona based fashion schools present a selection of this year's thesis collections in showcases that will be exhibited in the Open Area.

A R E A

LAURA CASAL - VALLS



Historiadora de l'art, investigadora de moda i cosidora amateur. La Laura Casal-Valls ha tret la pols de molts llibres i documents de l'època per descobrir els inicis de les etiquetes i el paper de les modistes de finals del segle XIX, autèntiques pioneres de l'Alta Costura. A través d'un estudi exhaustiu, la Laura presenta la veu d'un col·lectiu sovint ignorat i que és clau per entendre el desenvolupament històric de la moda i la producció de d'indumentària a casa nostra. I és que a vegades cal retrocedir als orígens per valorar el talent actual.

Precisament aquest és el punt de partida del seu primer llibre "Del treball anònim a l'etiqueta. Modistes i context social a la Catalunya del s.XIX".

Historiadora del arte, investigadora de moda y costurera amateur. Laura Casal-Valls ha desempolvado muchos libros y documentos de la época para descubrir los inicios de las etiquetas y el papel de las modistas de finales del siglo XIX, auténticas pioneras de la Alta Costura. A través de un estudio exhaustivo, Laura presenta la voz de un colectivo a menudo ignorado y que es clave para entender el desarrollo histórico de la moda y la producción de la indumentaria catalana. Y es que a veces hay que retroceder a los orígenes para valorar el talento actual.

Precisamente este es el punto de partida de su primer libro "Del trabajo anónimo a la etiqueta. Modistas y contexto social en la Cataluña del siglo XIX".

Art historian, fashion researcher and amateur dressmaker. Laura Casal-Valls dusted off many books and documents from the end of the 19th century with the aim of discovering when were the labels used for the first time and what was the role of the Catalan dressmakers back then, who appear to be real pioneers of the haute couture. Through an exhaustive research, Laura uncovered the voice of a collective that has often been ignored and, however, is the key to understand the historical development of the fashion and production of the Catalan clothing.

This is precisely the starting point of her first book, "Del treball anònim a l'etiqueta. Modistes i context social a la Catalunya del s.XIX".

OPEN

POP - UP STORES

Bosses / Bolsos / Bags
A la vora

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Auria Serra
Isabel Mora

Tel: 649 818 813
www.alavora.com
isabel.mora@alavora.com

Bosses / Bolsos / Bags
Alexia Grustan

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Alexia Grustan Vidal

Tel: 625 142 505
alexiagrustan@gmail.com

Home - Dona
Hombre - Mujer
Man - Woman
Algodón Peinado

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Laura Triviño Pina i
Juan Carlos García Barbo

Tel: 669 209 272
www.algodonpeinado.com
info@algodonpeinado.com

Joyeria / Joyería / Jewelry
Anna Puig JOIES

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Anna Puig Font

Tel: 973 313 957
www.annapuigjoies.com
annapuigjoies@gmail.com

Home - Dona - Calçat
Hombre - Mujer - Calzado
Man - Woman - Shoes
BCN Brand

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Pablo Caralps

Tel: 629 645 521
www.strollinbcn.com
pablo@bcnbrand.com

Home - Dona
Hombre - Mujer
Man - Woman
Begoña Noya

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Begoña Noya
Simon Pugh

Tel: 697 711 418
www.begonanoya.com
www.bego4monso.com
info@begonanoya.com

Home - Dona - Altres
Hombre - Mujer - Otros
Man - Woman - Others
Brain&Beast

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Ángel Vilda
Cesar Olivar
Veronica Raposo

Tel: 637 483 569
www.brainandbeast.com
info@brainandbeast.com

Dona - Joieria
Mujer - Joyería
Woman - Jewelry
ByV1V

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Ana Isabel Moreno Ramos

Tel: 662 537 277
www.vales1valer.com
amoreno@vales1valer.com

Bosses / Bolsos / Bags
Condesita Barcelona

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Marta López

Tel: 626 788 913
678 353 209
www.condesita-barcelona.com
info@condesita-barcelona.com

Nens / Niños / Kids
Cóndor

Contacte / Contacto / Contact:
Ester Lloveras

Tel: 937 959 980
www.condor.es
mkt@condor.es

Dona - Nens - Bosses
Mujer - Niño - Bolsas
Woman - Kids - Bags
Delicada Greta

Dissenyador / Diseñador / Designer:
La Tati

Tel: 667 606 655
www.delicadagreta.com
delicadagreta@gmail.com

A R E A

POP - UP STORES

Dona - Home - Calçat
Mujer - Hombre - Calzado
Woman - Man - Shoes
Elena Gallego

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Elena Gallego Blanco

Tel: 636 400 057
www.facebook.com/elenagallego13
elenagallegoblanc@gmail.com

Home - Dona
Hombre - Mujer
Man - Woman
elSuso

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Núria Gil
Bernat Gil

Tel: 676 993 968
www.elsuso.com
contact@elsuso.com

Complements
Complementos
Accessories
Evol-10

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Cris Lopez Canosa

Tel: 656 623 694
www.tallerdartevo10.blogspot.com
evol.lotallerart@gmail.com

Joieria / Joyería / Jewelry
Gemma López Barcelona

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Gemma López Yuste

Tel: 658 933 378
933 182 135
www.gemmalopez.com
joan@gemmalopez.com

Dona / Mujer / Woman
Heidi Soto Designer

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Heidi Soto

Tel: 600 387 913
www.heidisotodesigner.com
heidilullaby@hotmail.com

Dona / Mujer / Woman
Iconic Barcelona

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Núria Posa Martínez

Tel: 931 191 100
627 889 005
www.iconicbarcelona.com
info@iconicbarcelona.com

Complements
Complementos
Accessories
Imma Costa

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Imma Costa

Tel: 664 078 801
931 064 886
www.immacosta.com
crea@immacosta.com

Joieria / Joyería / Jewelry
Irene Carrera Joies

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Irene Carrera Fontanet

Tel: 973 246 948
619 383 264
www.ireneccarrera.com
carrerairene@gmail.com

Bosses - Joieria - Altres
Bolsos - Joyería - Otros
Bags - Jewelry - Others
ISuma BCN

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Isaura Calmet Colillas

Tel: 938 360 312
620 037 531
www.isumabcn.blogspot.com
isumabcn@gmail.com

Dona - Complements
Mujer- Complementos
Woman - Accessories
Juan Pedro López

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Juan Pedro López

Tel: 931 246 659
www.juanpedrolopez.com
info@juanpedrolopez.com

Dona - Home - Nen
Mujer - Hombre - Niño
Woman - Man - Kids
Knitink

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Núria Castelló
Anabel Úbeda

Tel: 679 136 958
www.knitink.org
anabel.ubeda4@gmail.com
info@knitink.org

OPEN

POP - UP STORES

Dona - Bosses
Mujer - Bolsos
Woman - Bags
L.I.E. - Live in Emotions-

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Erika Osa
Sheila Pérez

Tel: 606 172 016
www.liveinemotions.com
info@liveinemotions.com

Dona / Mujer / Woman
La nuit boutique

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Veronica Ropero Moreno

Tel: 686 881 236
www.lanuitboutique.es
info@lanuitboutique.es

Dona - Altres
Mujer - Otros
Woman - Others
Lulasays

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Alba Marin

Tel: 627 965 326
www.lulasays.com
info@lulasays.com

Dona - Home - Nen - Calçat - Joieria
Mujer - Hombre - Niños
Calzado - Joyería
Woman - Man - Kids - Shoes - Jewelry
MADE IN CAT

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Gemma Figueras Garcia

Tel: 636 344 735
www.madein-cat.com
gemma@madein-cat.com

Complements
Complementos
Accessories
Maku-maku hats

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Carles Martí

Tel: 972 680 239
www.maku-maku.com
info@maku-maku.com

Dona / Mujer / Woman
MAYO

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Julie O'Connell

Tel: 633 232 605
http://mayoclothing.bigcartel.com
oconnelljulie@rocketmail.com

Dona / Mujer / Woman
Miriam Ponsa

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Miriam Ponsa

Tel: 938 721 758
www.miriamponsa.com
info@miriamponsa.com

Complements - Bosses
Complementos - Bolsas
Accessories - Bags
Musa bajo el árbol

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Silvina Musa

Tel: 936 026 911
www.musabajoelarbol.com
info@musabajoelarbol.com

Dona / Mujer / Woman
Ojalá! Paloma del Pozo

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Paloma del Pozo

Tel: 914 296 595
936 011 830
www.ojala.es
ojala@ojala.es

Complements
Complementos
Accessories
Ontop Barcelona

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Marta Martínez
Sílvia Fornós

Tel: 931 054 791
www.ontopbarcelona.com
info@ontopbarcelona.com

Complements
Complementos
Accessories
Palens

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Oscar Palencia Pérez

Tel: 931 158 780
www.palens.com
info@palens.com

Dona / Mujer / Woman
Pinc by Ana Tichy

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Ana Rodríguez Tichy

Tel: 932 009 771
www.anatichy.com
ana@anatichy.com

A R E A

POP - U P S T O R E S

Dona - Bosses - Joieria
Mujer - Bolsos - Joyería
Woman - Bags - Jewelry
Rita Row

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Xènia Semis Teixidor
Imma Serra Batlle

Tel: 686 649 211
www.ritarow.com
ritarowclothes@gmail.com

Altres / Otros / Others
Secretos de Alcoba

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Beatriz Parras

Tel: 627 476 187
www.secretosdealcoba.com
info@secretosdealcoba.com

Altres / Otros / Others
Somos una familia

Fundación SOS,
Dia Mundial de la Infancia

Contacte / Contacto / Contact:
Carla Esteban

Tel: 902 13 11 13
www.somosunafamilia.org
carla@fundacionsos.org

Dona / Mujer / Woman
SSIC AND PAUL

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Paula Boadas
Jessica Raya

Tel: 667 201 729
676 048 658
www.ssicandpaul.com
ssicandpaul@gmail.com

Dona / Mujer / Woman
SUR

Contacte / Contacto / Contact:
Laura Figueras

Tel: +44 754 561 4747
www.sur-studio.co.uk
laura@sur-studio.co.uk

Joieria / Joyería / Jewelry
Tass Joies

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Glòria Miralles

Tel: 934 323 070
www.tassjoies.com
tass@tassjoies.com
tassjoies@gmail.com

Joieria / Joyería / Jewelry
VSB

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Gabriel Silvestri
Juan Cañete

Tel: 605 296 028
www.vsbarcelona.com
info@vsbarcelona.com

Complements
Complementos
Accessories
Woodys Barcelona

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Josep Dosta

Tel: 629 139 999
www.woodysbarcelona.com
info@woodysbarcelona.com

Dona / Mujer / Woman
YERSE

Contacte / Contacto / Contact:
Noemi Arans

Tel: 937 451 700
www.yerse.com
noemi@yerse.com

Dona / Mujer / Woman
ZAZO&BRULL

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Clara Brull
Xavier Zazo

Tel: 934 239 786
www.zazobrull.com
zazobrull@zazobrull.com

OPEN

FUNDACIÓN SOS
DÍA UNIVERSAL DE LA INFANCIA

Davant la situació actual en què viuen moltes famílies al nostre país, la Fundació SOS, Dia Universal de la Infància, creada amb l'objectiu de defensar els drets dels més petits, promou la campanya "Som una família", com a plataforma per ajudar les famílies amb fills menors d'edat que estiguin en risc d'exclusió social per haver perdut la casa o pel fet d'estar a punt de perdre-la.

El prestigiós arquitecte Joaquín Torres, el periodista esportiu Ramón Fuentes, el nedador David Meca, el dissenyador Javier Simorra, la cantant Núria Fergó, la blogger Marian Camino, la model i actriu Iyonne Reyes, la que va ser durant 15 anys seleccionadora de l'equip olímpic espanyol de natació sincronitzada, Anna Tarrés, i l'actor Eric Yanguas, apadrinen el projecte per transmetre a la societat la necessitat d'ajudar les famílies més desfavorides.

Ante la actual situación que sufren muchas familias en nuestro país, La Fundación SOS, Día Universal de la infancia, creada con el objetivo de defender los derechos de los más pequeños, promueve la campaña "SOMOS UNA FAMILIA" como plataforma para ayudar a familias con hijos menores de edad que estén en riesgo de exclusión social por haber perdido su hogar o por estar a punto de perderlo.

El prestigioso arquitecto Joaquín Torres, el periodista deportivo Ramon Fuentes, el nadador David Meca, el diseñador de ropa Javier Simorra, la cantante Nuria Fergó, la blogger Marian Camino, la modelo y actriz Iyonne Reyes, la que fue durante 15 años seleccionadora del equipo olímpico español de natación sincronizada Ana Tarrés y el actor Eric Yanguas, apadrinan el proyecto para transmitir a la sociedad la necesidad de ayudar a las familias más desfavorecidas.

Given the current situation faced by many families in our country, the SOS Foundation, Universal Day of the Child, created to defend the rights of the smallest, is promoting the campaign "WE ARE ONE FAMILY" as a platform to help families with minors who are at risk of social exclusion through the loss of their home or being about to lose it.

The renowned architect Joaquin Torres, sports journalist Ramon Fuentes, swimmer David Meca, clothing designer Javier Simorra, singer Nuria Fergó, the blogger Marian Way, the model and actress Iyonne Reyes, Ana Tarrés, who was the selector of the Spanish Olympic synchronized swimming team and actor Eric Yanguas, sponsor the project to transmit to society the need to help the most disadvantaged families.

A R E A



SOMOS UNA
FAMILIA



CAP NEN SENSE LLAR

Fes el teu donatiu
a través de "la Caixa":
2100 3060 51 2201736917

www.somosunafamilia.org
facebook.com/somosunafamilia.org

NINGUN NIÑO SIN HOGAR

Haz tu donativo
a través de "La Caixa"
2100 3060 51 2201736917

www.somosunafamilia.org
facebook.com/somosunafamilia.org

NO CHILD LEFT HOMELESS

Make a donation
through "La Caixa"
2100 3060 51 2201736917

www.somosunafamilia.org
facebook.com/somosunafamilia.org

CONFÈNCIES CONFÈ

TEX MEETING BY TEXFOR

La indústria és moda / La industria es moda / *Industry is fashion*

09 / 07 / 2013

Auditori

09.30h - 10.00h Acreditacions / Acreditaciones / *Accreditation*

10.00h - 10.30h Obertura / Apertura / *Opening*

10.30h - 12:00h Taula Rodona / Mesa Redonda / *Round table*

El disseny tèxtil, component fonamental en la cadena de la moda / El diseño textil, eslabón fundamental en la cadena de la moda / *Textile design. Essential link within fashion chain.*

12.00h - 12.30h Cafè networking / Café networking / *Networking coffee*

12.30h - 14:00h Taula Rodona / Mesa Redonda / *Round table*

Internacionalització: assoliments i nous reptes / Internacionalización: logros y nuevos retos / *Internationalization: achievements and challenges*

14.00h - 15.15h Dinar networking / Comida networking / *Networking lunch*

15.15h - 16.15h Ponència + casos pràctics / Ponencia + casos prácticos / *Presentation and success cases*

Emprenedors en el camp de la moda - finançar la creativitat / Emprendedores en la moda - financiar la creatividad / *Fashion Entrepreneurs – financing creativity*

16.15h - 17.15h Taula Rodona / Mesa Redonda / *Round table*

Nou marc en les relacions laborals del tèxtil / Nuevo marco en las relaciones laborales del textil / *New framework in the textile labour relations*

17.15h - 17.45h Cloenda / Clausura / *Closing*

CONFERENCIAS RENCE S

ACTM / CECOTEX

Presentació: El Comerç Tèxtil en xifres
Presentación :El Comercio Textil en cifras
Presentation: The Textile Trade in Figures

10 / 07 / 2013

16.30h.

El Clúster Tèxtil i Moda de Catalunya, CECOTEX (Confederació Empresarial del Comerç Tèxtil i Moda) i ACOTEX, presentaran l'informe: **COMERÇ TÈXTIL EN XIFRES (XIFRES I DADES CORRESPONENTS AL 2012)**

Borja Oria, president d'ACOTEX i CECOTEX, presentarà les dades rellevants de l'any 2012 relatives al comerç tèxtil a Espanya. Aquest informe serà comentat per altres experts en el sector.

- Facturació del Comerç tèxtil 2012
- Nombre de treballadors
- Punts de venda
- Perfil client
- Facturació i dades per formats comercials
- Principals carrers comercials del món
- Distribució de la facturació per subsectors
- Dades de turisme "Tax Free"
- Evolució del comerç electrònic
- Franquícies
- Baròmetre del sector tèxtil i moda

Aquesta presentació és gratuïta, però limitada en nombre. Les inscripcions, es realitzaran, per estricte ordre i s'haurà d'enviar un correu electrònic a info@actm.cat, indicant el nom i cognoms de la persona assistent, empresa, posició, correu electrònic i telèfon de contacte.

El Cluster Textil y Moda de Cataluña, CECOTEX (Confederación Empresarial del Comercio Textil y Moda) y ACOTEX, presentan el informe: **EL COMERCIO TEXTIL EN CIFRAS (CIFRAS Y DATOS CORRESPONDIENTES AL EJERCICIO 2012)**

Borja Oria, presidente de ACOTEX y CECOTEX, presentará los datos relevantes del año 2012 relativos al comercio textil en España. Este informe será comentado por otros expertos en el sector.

- Facturación del comercio textil 2012
- Número de trabajadores
- Puntos de venta
- Perfil cliente
- Facturación y datos por formatos comerciales
- Principales calles comerciales del mundo
- Distribución de la facturación por subsectores
- Datos del Turismo "Tax Free"
- Evolución del Comercio electrónico
- Franquicias
- Barómetro del Sector Textil y Moda

Esta presentación es gratuita, pero limitada en número. Las inscripciones, se realizarán, por estricto orden. Se deberá enviar un correo electrónico a info@actm.cat, indicando el nombre y apellidos de la persona asistente, empresa, posición, correo electrónico y teléfono de contacto.

Catalan Fashion & Textile Cluster, CECOTEX (Spanish Confederation of Trade Textile and Fashion) and ACOTEX, will present the report: THE TEXTILE TRADE IN FIGURES (YEAR 2012 - FACTS AND FIGURES)

Borja Oria, president of ACOTEX and CECOTEX, will share with the audience all the information, facts and figures related to the fashion and textile trade, from the year 2012. This presentation will be discussed by other experts from the industry.

- Number of workers
- Points of sale
- Customer profile
- Turnovers and figures by sales channels.
- Best world's shopping streets
- Turnover distribution by subsectors
- "Tax Free" tourism figures
- E-commerce development.
- Franchises
- Textile & Fashion barometer

This is a free public conference, but it will be limited in number of attendees. The inscriptions will be done by strict order, by email, to info@actm.cat indicating the name and surname of the person attending, company, job position, email address and contact telephone number.

EXPOSICIONS EXHI

BARCELONA PRÊT-À-PORTER 1958-2008



EXPOSICIONS BITIONS

BARCELONA PRÊT-À-PORTER 1958 - 2008

Mig segle d'indústria i moda. Col·lecció tèxtil Antoni de Montpalau

27 / 06 / 2013 - 30 / 03 / 2014

Palau Robert

El Palau Robert presenta al públic, per primer cop, una mirada retrospectiva dels 50 anys de la història recent de la moda prêt-à-porter a Catalunya. És en aquest període, de 1958 a 2008, quan es du a terme el procés d'implantació i consolidació del disseny i la confecció de roba seriada, "l'esta per portar", un fenomen que va donar un nou impuls a la indústria tèxtil a Catalunya i al qual es van sumar, tant les grans cases d'alta costura, com les empreses confeccionistes i de low cost, juntament amb els petits tallers, els creadors i les boutiques.

L'exposició s'estructura a partir del material reunit per la Col·lecció tèxtil Antoni de Montpalau (www.antonide-montpalau.com), una iniciativa sabadellenca que es nodreix, bàsicament, de donacions, i que té per objectiu recopilar i difondre el patrimoni tèxtil i la moda. És la primera vegada que es presenten peces i vestits que reflecteixen l'evolució del gust, del disseny i de les tendències en l'àmbit de la moda prêt-à-porter al llarg d'aquestes cinc dècades fins a l'actualitat.

Concebuda com un procés dinàmic i obert, l'exposició es renovarà amb dos canvis del material tèxtil de la mostra, l'octubre de 2013 i el gener de 2014, arribant a exhibir-hi un total de més de 300 peces en el transcurs dels nou mesos de durada de l'exposició. Aquests canvis del material exposat podran incorpo-

rar també altres marques i vestits procedents de noves donacions que rebí la Col·lecció. L'exposició és també un espai participatiu on diferents escoles de disseny col·laboren amb la renovació mensual del gran aparador de l'exposició, ubicat a l'entrada del Palau Robert, mostrant els treballs de disseny i moda dels seus alumnes.

50 anys de moda prêt-à-porter
L'inici del concepte de prêt-à-porter a Catalunya es remunta als anys trenta del segle XX, quan algunes cases de costura van obrir seccions de roba confeccionada seguint la tendència ja iniciada, feia temps, pels grans magatzems. En aquesta època van aparèixer també les primeres empreses de confecció i de gènere de punt dedicades a la indumentària exterior femenina.

Però no serà fins a finals de la dècada dels anys 50 que aquest nou sistema productiu i comercial començarà a afirmar-se a Catalunya, impulsat pel moviment que ja s'estava estenent a Europa i Amèrica. És llavors quan alguns artífexs de l'alta costura barcelonina es plantegen crear vestits en sèrie; el gènere de punt i la confecció industrial s'impliquen decididament en el món de la moda, i les boutiques comencen a proliferar, tant com a punt de venda de petites produccions pròpies, com també per a la distribució de les noves marques que van apareixent al mercat.

Els anys 60 marcaran la implantació definitiva del prêt-à-porter català, amb fites tant destacades com les convocatòries, a Barcelona, del Salón Nacional de la Confección, que aplegaria tot el sector, tant en roba d'home com de dona, i la creació de l'Instituto Nacional de la Moda en el Vestir i de l'Instituto Nacional Coordinador de la Moda Española, que promouria el grup Moda del Sol, reunint per primera vegada industrials tèxtils i confeccionistes en una sola marca d'èxit internacional.

De forma fluida, d'ençà fins ara, aniran apareixent nous dissenyadors i noves marques, amb noms de gran durada i d'altres més fugissers, però intensos. Se succeiran també els diversos salons i desfilades: de la Semana del Algodón, Moda Selección, Moda del Mediterráneo, COME, Compramoda Española i Salón del Prêt-à-Porter, al Gaudí Mujer, Gaudí Novias, Barcelona Fashion Week, Bread and Butter i The Brandery, fins arribar a l'actual 080 Barcelona Fashion. Al llarg de tot aquest període, Barcelona catalitzarà la moda a l'Estat espanyol i es convertirà en un punt de referència internacional, amb anades i vingudes, trobades i desacords, èxits i fracassos.

Josep Casamartina i Parassols
Comissari de l'exposició

EXPOSICIONS

EXHI

BARCELONA PRÊT - À - PORTER 1958 - 2008

Medio siglo de industria y moda. Colección textil Antoni de Montpalau

27 / 06 / 2013 - 30 / 03 / 2014

Palau Robert

El Palau Robert presenta al público, por primera vez, una mirada retrospectiva de los 50 años de la historia reciente de la moda prêt-à-porter en Cataluña. Es en este periodo, de 1958 a 2008, cuando se lleva a cabo el proceso de implantación y consolidación del diseño y la confección de ropa hecha en serie, "lista para llevar", un fenómeno que dio un nuevo impulso a la industria textil en Cataluña y al cual se sumaron, tanto las grandes casas de alta costura, como las empresas de confección y de low cost, junto con los pequeños talleres, los creadores y las boutiques.

La exposición se estructura a partir del material reunido por la Colección textil Antoni de Montpalau (www.antonidemontpalau.com), una iniciativa sabadellense que se nutre, básicamente, de donaciones, y que tiene como objetivo recopilar y difundir el patrimonio textil y la moda. Es la primera vez que se presentan piezas y vestidos que reflejan la evolución del gusto, del diseño y de las tendencias en el ámbito de la moda prêt-à-porter a lo largo de estas cinco décadas hasta la actualidad.

Concebida como un proceso dinámico y abierto, la exposición se renovará con dos cambios del material textil de la muestra, en octubre de 2013 y en enero de 2014, llegando a exhibirse más de 300 prendas en el transcurso de los nueve meses de duración de la exposición. Estos cambios del material expuesto podrán incorporar

también otras marcas i vestidos procedentes de nuevas donaciones que reciba la Colección. La exposición será también un espacio participativo en el que diferentes escuelas de diseño colaborarán en la renovación mensual del gran escaparate de la exposición, ubicado en la entrada del Palau Robert, mostrando los trabajos de diseño y moda de sus alumnos.

50 años de moda prêt-à-porter
El inicio del concepto de prêt-à-porter en Catalunya se remonta a los años treinta del siglo XX, cuando algunas casas de costura abrieron secciones de ropa confeccionada siguiendo la tendencia ya iniciada tiempo atrás por los grandes almacenes. En esta época aparecieron también las primeras empresas de confección y de género de punto dedicadas a la indumentaria exterior femenina.

Pero no será hasta finales de la década de los años 50 que este nuevo sistema productivo y comercial empezará a consolidarse en Cataluña, impulsado por el movimiento que ya se estaba extendiendo en Europa y América. Es entonces cuando algunos artífices de la alta costura barcelonesa se plantean crear vestidos en serie; el género de punto y la confección industrial se implican decididamente en el mundo de la moda, y las boutiques empiezan a proliferar, tanto como punto de venta de pequeñas producciones propias, como también para la distribución de las nuevas marcas que van apareciendo en el mercado.

Los años 60 marcarán la implantación definitiva del prêt-à-porter catalán, con hitos tan destacados como las convocatorias, en Barcelona, del Salón Nacional de la Confección, que reuniría a todo el sector, tanto de ropa de hombre como de mujer, y la creación del Instituto Nacional de la Moda en el Vestir y del Instituto Nacional Coordinador de la Moda Española, que promovería el grupo Moda del Sol, reuniendo por primera vez a industriales textiles y a confeccionistas en una sola marca de éxito internacional.

De forma fluida, desde entonces hasta ahora, irán apareciendo nuevos diseñadores y nuevas marcas, con nombres de gran duración y otros más fugaces, pero intensos. Se sucederán también los diversos salones y desfiles: de la Semana del Algodón, Moda Selección, Moda del Mediterráneo, COME, Compramoda Española y Salón del Prêt-à-Porter, al Gaudí Mujer, Gaudí Novias, Barcelona Fashion Week, Bread and Butter y The Brandery, hasta llegar al actual 080 Barcelona Fashion. A lo largo de todo este periodo, Barcelona catalizará la moda en el Estado español y se convertirá en un punto de referencia internacional, con idas y venidas, encuentros y desacuerdos, éxitos y fracasos.

Josep Casamartina i Parassols
Comisario de la exposición

EXPOSICIONES BITION S

BARCELONA PRÊT - À - PORTER 1958 - 2008

Fifty Years of Industry and Fashion. Antoni de Montpalau Textile Collection

27 / 06 / 2013 - 30 / 03 / 2014

Palau Robert

The Palau Robert looks back at 50 years of the recent history of prêt-à-porter fashion in Catalonia, the first time that such a retrospective exhibition has been presented to the general public. This period, from 1958 to 2008, saw the introduction and consolidation of the design and manufacture of mass-produced 'ready-to-wear' clothing, a phenomenon that revitalised the textile industry in Catalonia and which was embraced by the major haute-couture fashion houses and high-end and low-cost clothing manufacturers, as well as small-scale couturiers and tailors, designers and boutiques.

The exhibition is structured around the material held in the Antoni de Montpalau Textile Collection (www.antonidemontpalau.com), an initiative based in Sabadell that consists mainly of donated pieces and which was set up for the purpose of collecting and raising awareness of our textile and fashion heritage. This is the first public display of garments and other items that reflect the changes in tastes, design and trends in prêt-à-porter fashions over the last five decades to the present day.

Conceived as an open and dynamic process, the exhibition will be refreshed on two occasions, in October 2013 and January 2014, when all the exhibits on display are replaced with others, resulting in a total of more than 300 pieces being shown during the nine months that the exhibition will

run for. These changes in exhibits may also include other brands and clothing newly donated to the Collection. The exhibition is also a participative event in which a number of design schools will collaborate by renewing on a monthly basis the large display case in the entrance to the Palau Robert, in which examples of the work of fashion and design students will be shown.

50 years of prêt-à-porter fashion
The prêt-à-porter concept in Catalonia dates back to the 1930s, when a number of fashion houses started to launch collections of ready-to-wear garments, following the trend begun some time earlier by the large department stores. It was at this time that the first clothing and knitwear manufacturers that specialised in ladies' outerwear were set up.

It was not, however, until the late 1950s that this new manufacturing and commercial system began to take firm root in Catalonia, prompted by the success of this new approach that was already spreading throughout Europe and America. It was during this era that some of the haute-couture companies in Barcelona decided to mass produce clothing; industrial knitwear and garment manufacturers began to play an important part in the world of fashion; and boutiques began to multiply, selling not only their own small output but also serving as outlets for the new brands appearing on the market.

By the 1960s, Catalan prêt-à-porter fashion was fully established, as demonstrated by landmark events such as the repeated holding in Barcelona of the National Clothing Manufacturing Show, which covered the whole sector, including clothing for men and women, and the founding of the National Institute of Fashion in Clothing and the National Co-ordinating Institute of Spanish Fashion, which promoted the Moda del Sol group, the first time that textile companies and clothing manufacturers came together under the umbrella of a single internationally successful brand.

New designers and brands have continued to appear ever since then, among them some that have been in business for many years and others that were short-lived but left a profound mark. The various trade exhibitions and fashion shows have also carried on: from Cotton Week, Fashion Selection, Mediterranean Fashion, COME, Buy Spanish Fashion and the Prêt-à-Porter Show to Gaudí Woman, Gaudí Brides, Barcelona Fashion Week, Bread and Butter, The Brandery and now 080 Barcelona Fashion. Over the course of this entire period, Barcelona has been a catalyst for fashion throughout Spain and has become an international benchmark, with comings and goings, accords and disagreements, successes and failures.

Josep Casamartina i Parassols
Exhibition curator

R E F E R È N C I E S R E F E R E N C I A S R E F E R E N C E S



El Centre de Documentació i Museu Tèxtil (CDMT) posa el seu patrimoni a disposició d'artistes i de dissenyadors, com a punt de partida per a la creació de moda. Com a plataforma de recerca creativa, dóna suport al disseny i a l'elaboració de creacions tèxtils genuïnes i innovadores, a partir de l'ús del patrimoni com a font d'inspiració i de la reinterpretació de tècniques tradicionals de producció. A banda de facilitar l'accés als fons, el CDMT ofereix una proposta pròpia de tendències, sessions formatives i altres activitats.

El Centro de Documentación y Museo Textil (CDMT) pone su patrimonio a disposición de artistas y diseñadores, como punto de partida para la creación de moda. Como plataforma de investigación creativa, da soporte al diseño y a la elaboración de creaciones textiles genuinas e innovadoras, a partir del uso del patrimonio como fuente de inspiración y de la reinterpretación de técnicas tradicionales de producción. Además de facilitar el acceso a las fuentes, el CDMT ofrece una propuesta propia de tendencias, sesiones formativas y otras actividades.

The Textile Museum and Documentation Centre (CDMT) makes its collection available to artists and designers as a starting point for creating fashion. As a platform for creative research, it supports the design and production of genuine and innovative textile creations, from the use of heritage as a source of inspiration and reinterpretation of traditional techniques of production. In addition to providing access to funds, the CDMT put forward their own proposals on trends, hold training sessions and carry out other related activities.

www.cdmt.es
cdmt.es/inspiring-lab/tendencies
www.facebook.com/cdmtextil
<http://pinterest.com/cdmtextil/>
<https://mobile.twitter.com/cdmtextil>

www.cdmt.es
cdmt.es/inspiring-lab/tendencies
www.facebook.com/cdmtextil
<http://pinterest.com/cdmtextil/>
<https://mobile.twitter.com/cdmtextil>

www.cdmt.es
cdmt.es/inspiring-lab/tendencies
www.facebook.com/cdmtextil
<http://pinterest.com/cdmtextil/>
<https://mobile.twitter.com/cdmtextil>

ELITE MODEL LOOK

A LA RECERCA DE TOP MODELS
EN BUSCA DE TOP MODELS
LOOKING FOR TOP MODELS



Com cada any, Elite Model Management engega una nova edició del concurs de talents per descobrir les noves cares de les passarel·les internacionals. El certamen té com a objectiu oferir a noies i nois l'oportunitat d'accedir al món de la moda i tenir una carrera de model internacional.

Sens dubte, un trampolí ideal que ha ajudat a donar el salt a models tan prestigiosos com Nieves Álvarez, Cindy Crawford, Stéphanie Seymour, Linda Evangelista o Gisele Bündchen. La recerca s'ha realitzat través de 5 càstings oberts al públic que han recorregut tota la geografia espanyola: des de Barcelona a Madrid, passant per Alacant, Màlaga i La Corunya.

Creat en 1983 sota el nom de Look of the year, el concurs Elite Model Look és el més prestigiós certamen dins del sector i s'ha convertit en l'aparador més important per a nous talents. A part de les condicions físiques, Elite Model Look busca joves amb personalitat, extrovertits i sobretot amb vocació internacional. En aquesta recerca han comptat amb el suport dels patrocinadors TRESemmé i Rowenta, que han estat presents en totes les etapes del certamen.

Como cada año, Elite Model Management pone en marcha una nueva edición del concurso de talentos para descubrir las nuevas caras de las pasarelas internacionales. El certamen tiene como objetivo ofrecer a chicas y chicos la oportunidad de acceder al mundo de la moda y tener una carrera de modelo internacional.

Sin duda, un trampolín ideal que ha ayudado a dar el salto a modelos tan prestigiosos como Nieves Álvarez, Cindy Crawford, Stéphanie Seymour, Linda Evangelista o Gisele Bündchen. La búsqueda se ha realizado través de 5 castings abiertos al público que han recorrido toda la geografía española: desde Barcelona a Madrid, pasando por Alicante, Málaga y A Coruña.

Creado en 1983 bajo el nombre de Look of the year, el concurso Elite Model Look es el más prestigioso certamen dentro del sector y se ha convertido en el escaparate más importante de nuevos talentos. A parte de las condiciones físicas, Elite Model Look busca jóvenes con personalidad, extrovertidos y sobre todo con vocación internacional. En esta búsqueda han contado con el apoyo de los patrocinadores TRESemmé y Rowenta, que han estado presentes en todas las etapas del certamen.

Like every year, Elite Model Management has launched a new edition of the talent contest to find the new faces of the catwalks. The competition aims to provide girls and boys the opportunity to start an international modeling career.

Undoubtedly, an ideal springboard that has helped to take a leap to prestigious models as Nieves Alvarez, Cindy Crawford, Stephanie Seymour, Linda Evangelista or Gisele Bundchen. The search was made through five auditions open to the public around all the Spanish geography: from Barcelona to Madrid, to Alicante, Malaga and A Coruña.

Created in 1983 under the name of Look of the year, the Elite Model Look contest is the most prestigious event in the industry and has become the most important showcase for new talent. A part of the physical appearance, Elite Model Look looks for future models with personality and especially with an international vocation. This search has been supported by the sponsors TRESemmé and Rowenta, which have been present at all stages of the contest.

A L B É N I Z

09 · 07 · 2013 / 12.00h



Maite Albéniz Zúñiga va néixer el 4 de setembre de 1990 a Vitòria i es va traslladar a Barcelona, als 19 anys, per formar-se com a dissenyadora de moda a l'escola Felicidad Duce, en la qual s'ha diplomada aquest any.

Durant els anys d'estudi, ha confeccionat diverses peces a mida per a particulars i, un cop finalitzat el seu projecte de final de carrera, en el qual ja s'havia decidit per la moda masculina, ha optat per portar a terme la creació de la seva marca, Albéniz.

Albéniz és la visió de l'home en qui sempre va somiar i que, en aquesta primera posada en escena, presenta en societat. Es caracteritza per la seva exquisidesa i per la seva pulcritud en la selecció de teixits i de fornitures, que fan que tant les peces com els accessoris gaudeixin d'una ànima glam i excèntrica a la vegada.

Maite Albéniz Zúñiga, nació el 4 de septiembre de 1990 en Vitoria-Gasteiz y se trasladó a Barcelona, a los 19 años, para formarse como diseñadora de moda en la escuela Felicidad Duce, en la cual se ha diplomado este año.

Durante los años de carrera, ha confeccionado diversas prendas a medida para particulares y, tras finalizar su proyecto de final de carrera, en el que ya se había decidido por la moda masculina, opta por llevar a cabo la creación de su marca, Albéniz.

Albéniz es la visión del hombre con el que siempre soñó y al que, en esta primera puesta en escena, presenta en sociedad. Se caracteriza por su exquisitez y pulcritud en la selección de tejidos y fornituras, que hacen que tanto las prendas como los accesorios gocen de un alma glam y excéntrica a la vez.

Maite Albéniz Zúñiga, born on September 4, 1990 in Vitoria-Gasteiz moved to Barcelona at 19 to train as a fashion designer at Felicidad Duce School, from which she graduated this year.

During the course, she made different bespoke garments for private clients and, after completing her final Project at the end of her studies, in which she had already decided on men's fashion, she opted to found her own brand, Albéniz.

Albéniz, is the vision of the man of your dreams and it is he who, in this first staging, debuts. Her style is characterized by delicacy and pulchritude in the selection of fabrics and trimmings, causing both garments and accessories to flaunt both a glam and eccentric soul.

ALBÉNIZ

**Angel**

Angel és una col·lecció masculina per a la Primavera/Estiu 2014. La meua inspiració sorgeix del cantant Ray Charles, que, en els seus concerts, lluia vestits de sastreria, confeccionats amb teixits innovadors i atrevits. Aquest és el concepte principal que jo desenvolupo en la col·lecció: partir d'un patró sobri, confeccionat amb teixits colpidors i exquisits.

Quant a la línia, prenc Mick Jagger com a referència per crear, així, una silueta estreta, neta i vertical. La gamma de colors consta de verds, blaus, roses i grocs pastel, juntament amb blancs i daurats, per crear, així, una visió lúcida, atractiva i fresca. Els brodats de fils d'or, inspirats en els vestits de torero, juntament amb swarovskis, aconseguen un estil sofisticat i atrevit. Els sumptuosos teixits i fornitures creen un estil únic, en què es fusionen diferents textures, i complementen la imatge final del que podria ser una estrella del rock and roll.

Espero que us agradi...

Angel

Angel, es una colección masculina para la Primavera/Verano del 2014. Mi inspiración surge del cantante Ray Charles, que, en sus diferentes conciertos, lucía trajes sastrero, confeccionados con tejidos innovadores y atrevidos. Éste es el concepto principal que yo desarrollo en la colección: partir de un patrón sobrio, confeccionado con tejidos impactantes y exquisitos.

En cuanto a la línea, tomo como referencia a Mick Jagger, creando, así, una silueta estrecha, limpia y vertical. La gama de colores es de verdes, azules, rosas y amarillos pastel, junto con blancos y dorados, creando, así, una visión lúcida, atractiva y fresca. Los bordados de hilos de oro, inspirados en los trajes de luces, junto con swarovskis, consiguen un estilo sofisticado y atrevido. Los sumptuosos tejidos y fornituras, crean un estilo único, fusionando diferentes texturas, completando la imagen final de lo que podría ser una estrella del rock and roll.

Deseo que os guste....

Angel

Angel, is a men's collection for spring / summer 2014. My inspiration comes from singer Ray Charles, who, in his concerts, sported tailored suits made of bold and innovative fabrics. This is the main concept I develop in the collection. Start with a sober pattern and make it out of striking and exquisite fabrics.

Regarding the line, I took Mick Jagger as a reference, creating a slim clean vertical silhouette. The color scheme is pastel greens, blues, pinks and yellows along with whites and golds, creating a lucid, attractive and fresh image. The gold thread embroidery inspired by matador costumes together with Swarovskis makes for a daring and sophisticated style. The sumptuous fabrics and trimmings create a unique style fusing different textures and completing the final impression than could be that of a Rock star.

May you like it...

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Maite Albéniz Zúñiga
Marca comercial / Commercial brand:
ALBÉNIZ

Adreça / Dirección / Address:
c / Gravina 10, 2n 1a - A
08001 Barcelona
+ 34 669 47 18 48

www.albenizweb.com
info@albenizweb.com

ALEXIS REYNA

10 · 07 · 2013 / 13.30h



Nascut a Barcelona, Alexis Reyna ha estat influenciat per les professions artístiques dels seus pares. Aquest interès va subsistir durant la seva etapa d'estudiant al Liceu Francès de Barcelona, així com durant la seva estada a París, on va compondre un gran nombre de poemes i de peces musicals. El 1995, quan va iniciar els estudis de ciències econòmiques a la Universitat de Barcelona, una amant 20 anys més gran que ell li va fer descobrir el món de la moda.

Gràcies a una formació autodidacta, al cap de molt poc temps va crear les seves primeres col·leccions i va col·laborar amb J. Lindeberg, amb Filippa K i, més tard, amb M.I.A. Després d'un recorregut atípic i ric, va estudiar un màster a Central Saint Martins i va treballar tres anys a l'Àsia.

Va ser el guanyador del premi a la millor col·lecció Tardor/Hivern 2012 a la Barcelona Fashion Week. Alexis Reyna està establert a Barcelona des de l'any 2008. La seva última col·lecció, The Country Code, presentada en la passada edició de la Barcelona Fashion Week, es troba a TOTEM, agència d'àmbit internacional amb seu a París.

Nacido en Barcelona, Alexis Reyna ha estado influenciado por las profesiones artísticas de sus padres. Este interés subsistió durante su etapa de estudiante en el Lycée Français de Barcelona, así como durante su estancia en París donde compuso numerosos poemas y piezas musicales. En 1995, cuando inició estudios de Económicas en la Universidad de Barcelona, una amante 20 años mayor que él le hizo descubrir el mundo de la moda.

Gracias a una formación autodidacta, muy pronto creó sus primeras colecciones y colaboró con J. Lindeberg, Filippa K y más tarde con M.I.A. Después de un recorrido atípico y rico, estudió un máster en el Central Saint Martins y trabajó 3 años en Asia.

Ganador del premio a la mejor colección otoño/invierno 2012 en la Barcelona Fashion Week. Alexis Reyna se ha establecido en Barcelona desde el año 2008. Su última colección, 'The Country Code', presentada en la pasada edición de la Barcelona Fashion Week se encuentra en TOTEM, agencia de ámbito internacional con sede en París.

Barcelona born, Alexis Reyna has been influenced by the artistic professions of his parents. This interest never waned during his time as a student at the French Lycée in Barcelona, nor during his stay in Paris where he composed several poems and musical pieces. In 1995, he began studying Economics at Barcelona University, it was during this time that a lover 20 years older than him allowed him to discover the world of fashion.

Following a self-taught training period, very early on he created his first collections and worked alongside J. Lindeberg, Filippa K and later with M.I.A. After an untypically rich stint, he studied an MA at Central Saint Martins and worked in Asia for three years.

Winner of the Fall/Winter 2012 Best Collection at Barcelona Fashion Week. Alexis Reyna has established himself in Barcelona from 2008 onwards. His latest collection, 'The Country Code', unveiled at the last Barcelona Fashion Week in January can be found at TOTEM, an international agency based in Paris.

**DAY IN DAY OUT**

DAY IN DAY OUT INSIDE DAY IN DAY
OUT HOME DAY OUT BONER DAY IN
DAY OUT JANE DOE

DAY IN DAY OUT

DAY IN DAY OUT INSIDE DAY IN DAY
OUT HOME DAY OUT BONER DAY IN
DAY OUT JANE DOE

DAY IN DAY OUT

DAY IN DAY OUT INSIDE DAY IN DAY
OUT HOME DAY OUT BONER DAY IN
DAY OUT JANE DOE

Dissenyador / Diseñador / Designer:

ALEXIS REYNA

Marca comercial / Commercial brand:

ALEXIS REYNA

Adreça / Dirección / Address:

Camí Vell de Sarrià 23, 5e 3a

08029 Barcelona

+34 630 857 906

www.alexisreyna.com

alexisreynapressandpull@gmail.com

B R A I N & B E A S T

09 · 07 · 2013 / 19.00h



Brain&Beast neix a Barcelona el 2010 de la mà dels dissenyadors Àngel Vilda, que prèviament havia comercialitzat la seva pròpia marca, César Olivar, amb una àmplia trajectòria en l'àmbit de les arts escèniques, i Verónica Raposo, dissenyadora i antiga alumna de tots dos.

Les seves peces es plantegen com a jocs, endevinalles i jeroglífics d'aparent senzillesa estructural, que responen a complexes equacions geomètriques, en les quals color i matèria formen part d'uns codis on res no és aleatori.

Així, Brain&Beast proposa conjunts de peces que combinen emoció i raó, amb forta influència de la cultura contemporània, sense oblidar grans dosis de sofisticació i de sentit de l'humor.

Brain&Beast nace en Barcelona en el 2010 de la mano de los diseñadores Àngel Vilda, que previamente había comercializado su propia marca, César Olivar, con una amplia trayectoria en el ámbito de las artes escénicas y Verónica Raposo, diseñadora y antigua alumna de ambos.

Sus prendas se plantean como juegos, adivinanzas, jeroglíficos de aparente sencillez estructural, que responden a complejas ecuaciones geométricas en las cuales color y materia forman parte de unos códigos donde nada es aleatorio.

Así, Brain&Beast propone conjuntos de prendas que combinan emoción y razón, con fuerte influencia de la cultura contemporánea, sin olvidar grandes dosis de sofisticación y sentido del humor.

Brain&Beast was born in 2010; Founded by Àngel Vilda, who previously managed his own brand, César Olivar, with an extensive background in costume design, and Verónica Raposo, designer and former student of Àngel and César, who both held teaching positions in fashion design.

This collection reflects on games, riddles, hieroglyphics of apparent structural simplicity, that respond to complex geometrical equations in which color and materials form parts of codes where nothing is random.

Brain&Beast is presenting garments that combine emotion and reason, with a strong influence of contemporary culture, as well as a large dose of sophistication and a sense of humor.



BRAIN & BEAST
BARCELONA



**Décalogue. Part VI
(EXOTICA). Summer 2014**
exòtic -a adj.

1. Estranger, procedent d'un país llunyà.
2. Estrany, xocant, extravagant.

**Décalogue. Part VI
(EXOTICA). Summer 2014**
exótico,-a adj.

1. Extranjero, procedente de un país lejano.
2. Extraño, chocante, extravagante.

**Décalogue. Part VI
(EXOTICA). Summer 2014**
exotic, adj.

1. Foreign, coming from a distant country.
2. Strange, shocking, extravagant.

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Àngel Vilda
Marca comercial / Commercial brand:
Brain&Beast

Adreça / Dirección / Address:
c / Mare de Déu dels
Desemparats 56, entresol
08903 Hospitalet de Llobregat
+34 637 483 569

www.brainandbeast.com
info@brainandbeast.com
www.facebook.com/brainandbeastbarcelona
www.twitter.com/brainandbeast

CELIA VELA

10 · 07 · 2013 / 17.30h



Desfila a la passarel·la Gaudí els anys 1996, 1997 i 1998. Des del 1999 desfila individualment a diferents ubicacions de Barcelona. Des del 1998 té botiga pròpia a Figueres. Durant el 2003 amplia la botiga de Figueres amb un nou espai dedicat a les núvies.

Participa a les fires Spain Fashion de Tòquio i d'Osaka, el 1998 i el 1999. A partir del gener de l'any 2000 participa en les edicions de la fira International Fashion Fair de Tòquio. El febrer del 2000 s'inaugura www.celiavela.com. Des del 2001 fins al 2006 participa a l'Espai Cibeles-SIMM. El 2003 i el 2004 presenta les seves col·leccions al saló Atmosphère de París.

Durant el mes d'octubre del 2005 realitza una exposició titulada "Celia Vela -10 anys, 10 mirades de moda" al Museu de l'Empordà a Figueres amb motiu del 10è aniversari de la firma. El 2007 participa al Bread & Butter de Barcelona.

Des del 2009, té showroom permanent a Tòquio. Des del 2010 participa a la passarel·la 080 de Barcelona. Participa en conferències sobre disseny i moda habitualment des del 1998.

Desfila en la pasarela Gaudí en 1996, 1997 y 1998. Desde 1999 desfila individualmente en diferentes ubicaciones de Barcelona. Desde 1998 tiene establecimiento propio en Figueras. En el año 2003 amplía la tienda de Figueras con un nuevo espacio dedicado a las novias.

Participa en las ferias Spain Fashion de Tokio y de Osaka los años 1998 y 1999. A partir de enero del año 2000 participa en las ediciones de la feria internacional Fashion Fair de Tokio. En febrero del 2000 se inaugura la web www.celiavela.com. Desde el año 2001 hasta el 2006 participa en el Espacio Cibeles-SIMM. En el 2003 y el 2004 presenta sus colecciones en el salón Atmosphère de París.

Durante el mes de octubre del 2005 realiza una exposición titulada "Celia Vela - 10 años, 10 miradas de moda" en el Museo de l'Empordà en Figueras con motivo del 10º aniversario de la firma. El año 2007 participa en el Bread & Butter Barcelona.

Desde el 2009 tiene showroom permanente en Tokio. Desde el 2010 participa en la pasarela 080 de Barcelona. Participa en conferencias sobre diseño y moda habitualmente desde el 1998.

She has shown at Barcelona's Gaudí catwalk in 1996, 1997 and 1998. Since 1999 she has shown individually at different locations in Barcelona. Since 1998 she has had her own shop in Figueres. In 2003 the Figueres shop was extended to include a new space especially for brides.

She featured at the Spain Fashion Fairs at Tokyo and Osaka of 1998 and 1999. From January 2000 she has participated at the international Fashion Fair in Tokyo. In February 2000 www.celiavela.com went online. From 2001 until 2006 she participated at the Cibeles-SIMM space. In 2003 and 2004 she unveiled her collections at the Atmosphère room in Paris.

Since October 2005 she has held an exhibition entitled "Celia Vela - 10 years, 10 fashion looks" at Figueres Museum with the 10th anniversary of the brand. In 2007 she was a part of Bread & Butter Barcelona.

She has had a permanent showroom in Tokyo since 2009. Since 2010 she has featured at Barcelona's 080 show. She regularly participates at conferences about design and fashion and has done so since 1998.




**Primavera-estiu 2014**

Descobriu la història que ens ha inspirat a la nostra desfilada.

Primavera-verano 2014

Descubrid la historia que nos ha inspirado en nuestro desfile.

Spring-Summer 2014

Discover the story that most inspired us at our show.

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Celia Vela

Marca comercial / Commercial brand:
Celia Vela

Adreça / Dirección / Address:
C / Banyuls, 2, baixos
17600 Figueres, Girona
+34 972 674 617

www.celiavela.com
showroom@celiavela.com
www.facebook.com/celiavelagallery
Twitter: @celiavela

C U S T O B A R C E L O N A

10 · 07 · 2013 / 20.30h

Custo Barcelona va ser creada a principis dels anys 80 pels germans Dalmau, Custo i David, després d'un llarg viatge que els va portar arreu del món. En el seu camí, no solament van descobrir nous paisatges, sinó que també van poder contemplar les més variades manifestacions artístiques, culturals i filosòfiques. Una de les coses que més els va cridar l'atenció va ser l'estil de Califòrnia, expressat en el look dels surfistes que vivien al sud de l'estat, així com en l'element psicodèlic de la part nord. La innovadora moda plena de color que van trobar-hi els va impressionar, especialment un estil de samarretes que no existia a Espanya en aquella època.

Amb aquests elements com a punt de partida, la marca es va llançar amb el nom de Custo Line. Els germans Dalmau van començar a treballar i van aprendre tot el possible sobre tècniques d'impressió i els seus acabats, amb una atenció particular a l'àrea del disseny gràfic, en la qual se sentien especialment còmodes. Amb el temps, la investigació en l'ús del color i els estampats es va convertir en innovació, audàcia i sofisticació.

Actualment, podríem dir que Custo Barcelona existeix com un estil en ell mateix, que en certa manera suggereix una forma concreta de veure la vida. Una manera de veure la vida que s'expressa en col·leccions per a l'home, per a la dona, amb dues línies —Custo Barcelona i Custo Line—, i Custo Growing, la proposta per a nens i nenes d'entre 4 i 14 anys.

Custo Barcelona fue creada a principios de los años 80 por los hermanos Dalmau, Custo y David, tras un largo viaje que les llevó alrededor del mundo. En su camino descubrieron no solo nuevos paisajes sino también las más variadas manifestaciones artísticas, culturales y filosóficas. Una de las cosas que más llamó su atención fue el estilo de California, expresado en el look de los surfers que vivían en el sur del estado, así como la psicodelia de la parte norte. La innovadora moda llena de color que encontraron allí les impresionó, especialmente un estilo de camisetas que no existía en España en aquella época.

Usando esto como punto de partida, la marca se lanzó bajo el nombre de Custo Line. Los hermanos Dalmau empezaron a trabajar aprendiendo todo lo posible sobre técnicas de impresión y sus acabados, con una particular atención al área del diseño gráfico, en la que se sentían especialmente cómodos. Con el tiempo, la investigación en el uso del color y los estampados se convirtió en innovación, audacia y sofisticación.

En la actualidad, se puede decir que Custo Barcelona existe como un estilo en sí mismo que en cierta medida sugiere una manera concreta de ver la vida. Una manera de ver la vida que se expresa en colecciones para hombre, para mujer, con dos líneas —Custo Barcelona y Custo Line—, y Custo Growing, la propuesta para niños de entre 4 y 14 años.

Custo Barcelona was created at the start of the 80s by the Dalmau brothers, Custo and David, following a long journey which took them around the world. On their way they discovered not only new horizons but also a huge swathe of artistic, cultural and philosophical influences. One of the elements that most attracted their attention was the style in California, expressed in the look of the surfers living to the south of the State, as well as the psychodelia of the northern part. The innovative fashion - full of color - that they found there impressed them, especially a style of T-shirts that did not exist in Spain at that point.

Using this as a starting-point, the brand was launched under the name of Custo Line. The Dalmau brothers began to work learning as much as possible about printing techniques and their finishes, placing particular attention on the area of graphic design, with which they felt particularly comfortable. Over time, research into the use of color and prints turned predominantly innovative, bold and sophisticated.

Custo Barcelona could currently be claimed to exist as a style in itself which to a certain extent suggests a particular way of viewing life. A lifestyle that is expressed in collections for man, for woman, with two lines —Custo Barcelona and Custo Line—, and Custo Growing, their line for children between 4 and 14 years of age.

custo[®]
BARCELONA



COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION

**Before New York**

Col·lecció Custo Barcelona SS14 amb un avanç en primícia de la col·lecció de passarel·la de la New York Fashion Week.

Before New York

Colección Custo Barcelona SS14 con un avance en primícia de la colección de passarel·la de la New York Fashion Week.

Before New York

Custo Barcelona SS14 collection that will show a part of the collection for the New York Fashion Week in premiere.

Marca comercial / Commercial brand:
Custo Barcelona

Adreça / Dirección / Address:
Lo Gaiter del Llobregat
145-147, P.I. Estruc
08820, El Prat de Llobregat, Barcelona
+ 34 93 378 84 10

www.custo.com
recepcion@custo-barcelona.com

GUILLERMINA BAEZA

11 · 07 · 2013 / 13.30h



La dissenyadora Guillermina Baeza va néixer al protectorat espanyol al Marroc. Als anys 60 es va traslladar a Barcelona i, als 70, va començar la seva carrera professional, que la va portar, als anys 80, a desfil·lar a les principals passarel·les de moda europees.

La seva presència continuada a les passarel·les ha creat un estil propi, que consolida la màxima de la filosofia de Guillermina Baeza: "La roba de bany i la llenceria no són simples accessoris. Actualment tenen la mateixa importància que les peces exteriors."

El gran mèrit de Guillermina Baeza ha estat adaptar-se sempre a les necessitats del mercat, gràcies a la seva intuïció, que li ha permès abraçar-ne sempre els diferents segments, en funció dels estils, dels gustos i de les edats.

Actualment, al costat de la dissenyadora, trobem també la seva filla, Belén Larruy, com a directora de l'equip creatiu.

La diseñadora Guillermina Baeza nace en el protectorado español de Marruecos. En los años 60 se traslada a Barcelona y, en los 70, empieza su andadura profesional que, la llevó, en los años 80, a desfil·lar en las principales pasarelas de moda europeas.

Su continuada presencia en las pasarelas ha creado un estilo propio, que afianza la máxima de la filosofía de Guillermina Baeza: "El baño y la lenceria no son meros accesorios. Hoy cobran la misma importancia que las prendas exteriores".

El gran mérito de Guillermina Baeza ha sido adaptarse siempre a las necesidades del mercado, gracias a su intuición, cubriendo los diferentes segmentos del mismo en función de estilos, gustos y edades.

Actualmente, junto a la diseñadora se encuentra también su hija, Belén Larruy, dirigiendo el equipo creativo.

The designer Guillermina Baeza was born in the Spanish protectorate of Morocco. In the 60s she moved to Barcelona and then in the 70's started her professional career that took her in the 80's to exhibit at major European fashion shows.

Her continued presence on the catwalks has created a unique style, that underscores the tenet of the Guillermina Baeza philosophy: "Swimwear and lingerie are not mere accessories. Today they are as important as outer garments."

The great merit of Guillermina Baeza has always been to adapt to the needs of the market, thanks to her intuition, covering different segments of the same in terms of styles, tastes and ages.

Currently, the designer's daughter, Belén Larruy, also works with her, directing the creative team.

GUILLERMINA BAEZA


**Tànger, records d'una terra
mítica i llegendària**

La col·lecció de GB 2014 és un record del Marroc que va inspirar Delacroix, Matisse, Miró,...

Hem volgut retre culte als colors, a la gran lluminositat que transmet el regne alauí, i a la gran creativitat i harmonia que es reflexa en la seva arquitectura.

**Tánger. Recuerdos de una
tierra mítica y legendaria**

La colección GB 2014 es un recuerdo al Marruecos que inspiró a Delacroix, Matisse, Miró,...

Hemos rendido culto a los colores y a la gran luminosidad que transmite el reino alauí y a la gran creatividad y armonía que se refleja en su arquitectura.

**Tangier. Memories of a
mythical and legendary land**

2014 GB collection is a reminder of the Morocco that inspired Delacroix, Matisse, Miró, ...

We have paid homage to the colors and luminosity that the Allawi kingdom transmits and the creativity and harmony reflected in its architecture.

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Guillermina Baeza
Marca comercial / Commercial brand:
Guillermina Baeza

Adreça / Dirección / Address:
Carme Karr 13-15 local B
08034 Barcelona
+34 932 055 760

www.guillerminabaeza.es
product@guillerminabaeza.es
facebook.com/GuillerminaBaeza

JOSEP ABRIL

11 · 07 · 2013 / 17.30h



Neix a Barcelona l'any 1962. Estudia belles arts. Estudia disseny de moda a l'Escola d'Arts i Tècniques de la Moda (EATM) de Barcelona. Viu i treballa a Barcelona. Crea la seva pròpia firma el 1996. Josep Abril és una col·lecció d'home.

Actualment, es comercialitza a través de showrooms i de botigues multi marca. Es presenta amb una desfilada a Madrid i a Barcelona, del 2003 al 2009. És director creatiu de la col·lecció "Armand Basi One Home", presentada a París des del 2007. L'any 2006 neix el projecte "Bespoke" de sastreria a mida.

El 2007 forma l'Abril Studio, un estudi de creació de conceptes i de projectes de moda. Llança la línia "Uniformed By", d'uniformitat de disseny. Crea vestuaris per a espectacles, per a teatre i per a òpera. Imparteix classes i workshops a diverses escoles de disseny (IED, ESDi, Elisava i Felicidad Duce). Exerceix de consultor extern i de director d'art.

El 1991 guanya el primer Premi Gaudí per a nous dissenyadors. L'any 2004 rep el Premi GQ al millor dissenyador d'home nacional. El 2008 rep el Premi "Barcelona és Moda" al millor professional.

Nace en Barcelona en el 1962. Estudia bellas artes. Estudia diseño y moda en la "Escola d'Arts i Tècniques de la Moda" (EATM) de Barcelona. Vive y trabaja en Barcelona. Crea su propia firma en el 1996. Josep Abril es una colección de hombre.

Actualmente se comercializa a través de showrooms y tiendas multimarca. Se presenta con un desfile en Madrid y en Barcelona del 2003 al 2009. Es director creativo de la colección "Armand Basi One Home", presentada en París desde el 2007. En el año 2006 nace el proyecto "Bespoke" de sastrería a medida.

En el 2007 forma Abril Studio, estudio de creación de conceptos y proyectos de moda. Lanza la línea "Uniformed By" de uniformidad de diseño. Crea vestuarios para espectáculos, teatro y ópera. Imparte clases y workshops en diferentes escuelas de diseño (IED, ESDi, Elisava y Felicidad Duce). Ejerce de consultor externo y director de arte.

En el 1991 gana el primer premio Gaudí para nuevos diseñadores. En el año 2004 recibe el premio GQ al mejor diseñador nacional de hombre. En el 2008 recibe el Premio "Barcelona és Moda" al mejor profesional.

Born in Barcelona in 1962. He studies Fine Art. He studies Design and Fashion at the "Escola d'Arts i Tècniques de la Moda" (EATM) in Barcelona. He lives and works in Barcelona. He creates his own firm in 1996. JOSEP ABRIL is a collection for men.

It is currently commercially available via showrooms and multi-brand outlets. He unveils his catwalk shows in Madrid and Barcelona from 2003 to 2009. He has been Creative Director for the "ARMAND BASI ONE HOME" collection, presented in Paris since 2007. In 2006 his "BESPOKE" project for made-to-measure tailoring sees the light of day.

In 2007 he forms ABRIL STUDIO, a studio for creating fashion CONCEPTS and PROJECTS. He launches the line "UNIFORMED BY" of design uniformity. He creates the costumes for shows, theater and opera. He gives classes and workshops at different Design Schools: I.E.D., ESDI, ELISAVA and FELICIDAD DUCE. He operates as an external consultant and Art Director.

In 1991 he wins the first GAUDÍ Prize for new designers. In 2004 he receives the GQ Award for best designer for men in the country. In 2008 he receives the "Barcelona es Moda" (Barcelona is fashion) accolade for the best professional.

JOSEP ABRIL

**ICE SS#2013N33**

gel fred silenci blancs obsessió
quietud gel calma infinit llum
silenci fred gel

ICE SS#2013N33

hielo frío silencio blancos obsesión
quietud hielo calma infinito luz
silencio frío hielo

ICE SS#2013N33

*ice cold silence whites obsession
stillness ice calm infinite light
silence cold ice*

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Josep Abril

Marca comercial / Commercial brand:

Josep Abril

Adreça / Dirección / Address:

c / Consell de Cent, 154

08015 Barcelona

93 004 82 70

www.josepabril.com

contact@josepabril.com

JUAN PEDRO LOPEZ

10 · 07 · 2013 / 16.00h



Juan Pedro López (Barcelona), es va graduar en disseny l'any 2000. El 1999 va guanyar el 1r Premi Smirnoff Fashion Awards Espanya i va ser finalista en la final internacional d'aquest mateix premi a Hong Kong. El 2002, va ser finalista del Mittelmoda Fashion Award, a Itàlia.

Des de l'any 2000 fins al 2005 va presentar sis col·leccions a la Passarel·la Gaudí Joves Dissenyadors. El 2005, debuta a París i, a més, és convidat a l'Almaty Fashion Week del Kazakhstan. El març del 2006 va ser present, per segona vegada, a Passarel·la de París i va tornar a la Passarel·la Barcelona.

Va ser convidat a la primera edició del 080 Barcelona Fashion i, des del 2007, compagina la seva feina de dissenyador amb la d'estilista. L'octubre del 2010 va obrir una botiga pròpia a Barcelona i el juliol del 2011 va tornar a la passarel·la 080 Barcelona Fashion.

Juan Pedro López (Barcelona), graduado en diseño en 2000. En 1999 gana el 1er Premio Smirnoff Fashion Awards España y es finalista en la final internacional del mismo en Hong Kong. En el 2002, es finalista del Mittelmoda Fashion Award, Italia.

Desde 2000 presenta seis colecciones en la pasarela Gaudí Jóvenes Diseñadores, hasta el 2005, año en el que debuta en París y además, es invitado a la Almaty Fashion Week de Kazajstán. Presente por segunda vez en la pasarela de París en marzo 2006, vuelve a la Pasarela Barcelona.

Invitado en la 1ª edición del 080 Barcelona Fashion, desde el 2007 compagina su trabajo de diseñador con el de estilista. Abre tienda propia en Barcelona en octubre de 2010 y en Julio de 2011 retorna a la Pasarela 080 Barcelona Fashion.

Juan Pedro López (Barcelona), graduated in design in 2000. In 1999 he wins first prize at the Smirnoff Fashion Awards Spain and is a finalist at their international final in Hong Kong. In 2002, he is a finalist at the Mittelmoda Fashion Award, Italy.

Since 2000 he has unveiled six collections at the Gaudí Young Designers Show, until 2005, the year in which López made his Paris debut and on top of that, is invited to the Almaty Fashion Week in Kazakhstan.

Present for the second time at the Paris Fashion-Show in March 2006, he returns to the Barcelona stage. Invited to the first edition of 080 Barcelona, since 2007 he has combined his work as a designer along with that of a stylist.

JUAN PEDRO LOPEZ



Part XV

L'arribada en vaixell a l'illa de Santorini és una experiència excepcional, els efectes de la qual poden ampliar-se si escoltem "Focs de Creta" amb la veu de Markopoulos. Hi ha raons per creure'ns bucòlics, però la impressió dura poc. En abordar les costes de l'illa, el mar, fins ara irreprotxable, pateix una transformació radical. Assistim a un retrocés de segles, a la negació absoluta de tots els tòpics que s'han escrit sobre l'Egeu. Naveguem per un fantàstic arxipèlag de lava, d'escòria volcànica, de restes sulfúriques que floten entre cingles d'una verticalitat paorosa. L'abisme submarí sembla una prolongació dels abismes de cada penya-segat, que semblen escindits brutalment de la terra engolida pel mar.

"Notes de viatge".

Terenci Moix, 1996.

La col·lecció evoca els capvespres de Santorini, mitjançant siluetes, estampats i volums trets del folklore hel·lènic. Amb un joc de transparències, de textures, de brillants i d'imatges, es crea un look sofisticat per a una dona chic i elegant.

Part XV

La llegada en barco a la isla de Santorini es una experiencia excepcional cuyos efectos pueden ampliarse escuchando los "fuegos de Creta" en la voz de Markopoulos. Hay razones para creernos bucólicos, pero la impresión dura poco. Al abordar las costas de la isla, el mar, hasta ahora irreprochable, sufre una transformación radical. Asistimos a un retroceso de siglos, a la negación absoluta de cuantos tópicos se han escrito sobre el Egeo. Navegamos por un fantástico archipiélago de lava, escoria volcánica, restos sulfúricos que flotan entre riscos de una verticalidad pavorosa. El abismo submarino parece una prolongación de los abismos de cada acantilado, que diríanse escindidos brutalmente de la tierra engullida por el mar.

"Notas de viaje".

Terenci Moix, 1996.

La colección evoca los atardeceres de Santorini mediante siluetas, estampados y volúmenes sacadas del folklore heleno. Con un juego de transparencias, texturas, brillos e imágenes se crea un sofisticado look para una mujer chic y elegante.

Part XV

The arrival by boat to the island of Santorini is an exceptional experience whose effects can be enhanced by listening to the "fires of Crete" in Markopoulos' voice. There are strong reasons to find the scene bucolic, but the impression is short-lived. In approaching the coast of the island, the sea, so far above reproach, undergoes a radical transformation. We witness the centuries roll back until the absolute negation of all the clichés that have been written about the Aegean. We sail a fantastic archipelago of lava, volcanic slag, and sulfurous remains floating between vertiginously vertical cliffs. The submarine abyss seems an extension of the sheer drop of every cliff, the brutally split land swallowed by the sea.

"Travel notes".

Terenci Moix, 1996.

The collection evokes the Santorini sunsets through silhouettes, prints and volumes taken from Hellenic folklore. Through the interplay of transparencies, textures, glints of light and images a sophisticated look is created for the chic woman.

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Juan Pedro López
Marca comercial / Commercial brand:
Juan Pedro Lopez

Adreça / Dirección / Address:
c / Luis Antúnez 19-21, t3
08006 Barcelona
+34 931 246 659

www.juanpedrolopez.com
info@juanpedrolopez.com

JUSTICIA RUANO

11 · 07 · 2013 / 16.00h



Després d'una sòlida trajectòria en el món del disseny, com a creadora i com a responsable de la direcció artística de diverses marques, l'any 2009 inicia la seva aventura personal amb el llançament de la seva pròpia col·lecció.

La seva passió per la moda, per la dona i per la feminitat, i la seva fascinació per les matèries i per les formes l'han portada a crear una col·lecció perfecta per a la dona d'avui.

Es tracta d'uns dissenys depurats, de línies suaus i ricament ornamentats, que ens fan somiar en l'elegància d'altres èpoques.

Des del seu estudi de Barcelona i des del seu showroom de Londres, les col·leccions de Justicia Ruano sedueixen la dona d'avui i els compradors més exigents.

Tras una sólida trayectoria en el mundo del diseño, creando y siendo responsable de la dirección artística de diferentes marcas, en el 2009 inicia su andadura personal con el lanzamiento de su propia colección.

Su pasión por la moda, la mujer, la feminidad y su fascinación por las materias y las formas, le han llevado a crear una colección perfecta para la mujer de hoy.

Unos diseños depurados, de líneas suaves y ricamente ornamentados que nos hacen soñar con la elegancia de otras épocas.

Desde su estudio en Barcelona y su showroom de Londres, las colecciones de Justicia Ruano seducen a la mujer de hoy y a los compradores más exigentes.

Following a solid upward trajectory in the world of design, creating and being responsible for the artistic direction of different brands, in 2009 she decides to go it alone with the launching of her very own collection.

Her passion for fashion, women, femininity and her fascination for materials and shapes, have driven her to create a perfect collection for the woman of today.

Purified designs of sleek lines - and richly ornamented - which lead us to dream of the elegance of bygone eras.

From her studio in Barcelona and showroom in London, the collections from Justicia Ruano seduce the women of today and the most demanding buyers.

JUSTICIA RUANO

**La belleza de la repetició**

Com els cicles, les estacions, el dia i la nit. Estats permanents en MOVIMENT i REPETICIÓ. La base d'aquesta nova col·lecció se centra en aquests dos conceptes.

La belleza de la repetición

Como los ciclos, las estaciones, el día y la noche. Estados permanentes en MOVIMIENTO Y REPETICIÓN. La base de esta nueva colección se centra en estos dos conceptos.

The Beauty of Repetition

Like cycles, seasons, day and night. States in permanent REPETITION and MOVEMENT. The basis for this collection lies in these two concepts.

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Justicia Ruano
Marca comercial / Commercial brand:
Justicia Ruano

Adreça / Dirección / Address:
c / Diputació 293 ent. 2a
08009 Barcelona
+34 933 078 130

www.justiciaruano.com
justi.ruano@yahoo.es

K R I Z I A R O B U S T E L L A

09 · 07 · 2013 / 10.30h



Krizia Robustella és una firma de moda autodefinida com a “Sport Deluxe”, que pren com a referència les peces esportives de les últimes dècades per crear un univers propi, en què la comoditat es fon amb el luxe. I el luxe es transforma en formes i teixits fins ara relegats a l'escala de la informalitat.

Krizia Robustella es una firma de moda autodefinida como “Sport Deluxe” que toma como referencia las prendas deportivas de las últimas décadas para crear un universo propio donde lo cómodo se funde con el lujo. Y el lujo se transforma en formas y tejidos hasta ahora relegados a la escala de lo informal.

Krizia Robustella is a fashion company, self-defined as “Sport Deluxe”, which draws on sports garments in recent decades to create their own universe in which comfort merges with luxury. And luxury is transformed into shapes and fabrics hitherto relegated to the scale of the informal.



BANANAS IS MY BUSINESS

A KR li agrada molt la marxa tropical i, per demostrar-ho, la seva nova col·lecció Primavera/Estiu 2014, "BANANAS IS MY BUSSINES", està inspirada el l'excèntrica i colorista Carmen Miranda: "I wonder why does everybody look at me and then begin to talk about a Christmas tree? I hope that means that everyone is glad to see the lady in the tutti-frutti hat. The gentlemen, they want to make me say, "Si, si," But I don't tell them that, I tell them, "Yes, sir-ee!" and maybe that is why they come for dates to me, the lady in the tutti-frutti hat. Some people say I dress too gay, but every day, I feel so gay; and when I'm gay, I dress that way, is something wrong with that? Americanos tell me that my hat is high, because I will not take it off to kiss a guy; but if I ever start to take it off, ay, ay! I do that once for Johnny Smith and he is very happy with the lady in the tutti-frutti hat!"

BANANAS IS MY BUSINESS

A KR le gusta mucho la marcha tropical, y para demostrarlo su nueva Colección Primavera/Verano 2014 "BANANAS IS MY BUSINESS" está inspirada en la excéntrica y colorista Carmen Miranda: "I wonder why does everybody look at me and then begin to talk about a Christmas tree? I hope that means that everyone is glad to see the lady in the tutti-frutti hat. The gentlemen, they want to make me say, "Si, si," But I don't tell them that, I tell them, "Yes, sir-ee!" and maybe that is why they come for dates to me, the lady in the tutti-frutti hat. Some people say I dress too gay, but every day, I feel so gay; and when I'm gay, I dress that way, is something wrong with that? Americanos tell me that my hat is high, because I will not take it off to kiss a guy; but if I ever start to take it off, ay, ay! I do that once for Johnny Smith and he is very happy with the lady in the tutti-frutti hat!"

BANANAS IS MY BUSINESS

A KR le gusta mucho la marcha tropical, y para demostrarlo su nueva Colección Primavera/Verano 2014 "BANANAS IS MY BUSINESS" está inspirada en la excéntrica y colorista Carmen Miranda: "I wonder why does everybody look at me and then begin to talk about a Christmas tree? I hope that means that everyone is glad to see the lady in the tutti-frutti hat. The gentlemen, they want to make me say, "Si, si," But I don't tell them that, I tell them, "Yes, sir-ee!" and maybe that is why they come for dates to me, the lady in the tutti-frutti hat. Some people say I dress too gay, but every day, I feel so gay; and when I'm gay, I dress that way, is something wrong with that? Americanos tell me that my hat is high, because I will not take it off to kiss a guy; but if I ever start to take it off, ay, ay! I do that once for Johnny Smith and he is very happy with the lady in the tutti-frutti hat!"

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Krizia Robustella
Marca comercial / Commercial brand:
Krizia Robustella

Adreça / Dirección / Address:
c / Montsió 6, bis
08002 Barcelona
+34 93 317 02 10

www.kriziarobustella.com
krizia@kriziarobustella.com

MANUEL BOLAÑO

09 · 07 · 2013 / 16.00h



Manuel Bolaño va néixer a Barcelona però es va criar a Galícia.

El 2002 es trasllada a Barcelona i el 2007 es gradua a l'Escola Superior de Disseny i Moda Felicidad Duce. Guanya el premi a la millor col·lecció de la seva promoció al Bread & Butter Barcelona.

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

Des del 2008 presenta les seves col·leccions al 080 Barcelona Fashion i ha guanyat el premi a la millor col·lecció femenina en dues ocasions: Estiu 2011, amb "Algo de mí", i Estiu 2012, amb "Como reparar un corazón roto".

Nacido en Barcelona, pero criado en Galicia.

En 2002 se traslada a Barcelona, y en 2007 se gradúa en la Escuela Superior de Diseño y Moda Felicidad Duce, donde obtiene el premio a la Mejor Colección de su promoción en Bread & Butter Barcelona.

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

Desde 2008 presenta sus colecciones en 080 Barcelona Fashion y ha sido ganador del Premio a la Mejor Colección femenina en dos ocasiones: Verano 2011 "Algo de mí" y Verano 2012 "Cómo reparar un corazón roto".

Born in Barcelona, but brought up in the Spanish province of Galicia.

In 2002 he moved back to Barcelona, and in 2007 graduated from the College of Design and Fashion Felicidad Duce, where he won the prize for the best Collection in his year-group at Bread & Butter Barcelona.

He takes part in the Open Catwalk of Murcia, and wins prizes at the competition for Young Creators in Madrid, the Noovo Festival of Santiago de Compostela, Young Murcia and is selected for the Bressol Project of the Government of Catalonia.

Since 2008 he has unveiled his collections at 080 Barcelona Fashion and has won the prize for the best female collection on two occasions: Summer 2011 "Something about me", and Summer 2012 "How to repair a broken heart".



MANUEL BOLAÑO



Bleu en français

Escolta respirar l'alè contingut en els impulsos imprecisos del teu cor. Els petits dolors entre les flors pàl·lides. Ara m'elevo, ara sento la por i la confusió. Ara t'acullo a la meva espatlla si no vols que estigui ombrívol després de l'abandonament d'un cel de pluja. Sento tremolar el cel quan toques la meva mà i no vull evitar deixar enrere el cel blau.

Bleu en français

Escucha respirar el aliento contenido en los impulsos imprecisos de tu corazón. Los pequeños dolores entre las pálidas flores. Ahora me elevo, ahora siento el miedo y la confusión. Ahora te acojo en mi hombro si no quieres que esté sombrío tras el abandono de un cielo de lluvia. Siento el cielo temblar cuando tocas mi mano y no quiero evitar dejar atrás el cielo azul.

Bleu en français

Listen with bated breath to the vague impulses of your heart. Small pains among the pale flowers. Now I rise, now I feel the fear and confusion. Now I welcome you on my shoulder if you don't want me to be gloomy after the abandonment of a rainy sky. I feel the sky tremble when you touch my hand and I don't want to avoid leaving the blue sky behind.

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Manuel Bolaño
Marca comercial / Commercial brand:
Manuel Bolaño

Adreça / Dirección / Address:
c / Aragó 344, 3r 1a
08009 Barcelona
+34 687 644 750

www.manuelbolano.com
info@manuelbolano.com

MIRIAM PONSÀ

11 · 07 · 2013 / 19.00h



Miriam Ponsà és diplomada en disseny de moda per la Universitat de Southampton (RU) i s'ha especialitzat en disseny i en tècniques de punt, a Igualada. Té el taller a Manresa, al mateix espai on la seva rebesàvia, l'any 1886, va fundar una fàbrica tèxtil dedicada a la producció de les betes de les espadenyes.

El procés artesanal defineix la seva obra, amb tècniques poc utilitzades actualment, com el brodat a mà, la tapisseria, la cistelleria i el macramé. La seva és una trajectòria vital i apassionada. No segueix tendències, sinó que crea col·leccions independents, que defineix com a roba d'autor.

Miriam Ponsà dissenya totes les col·leccions al seu taller de Manresa i produeix les col·leccions en tallers catalans. Valors com l'esforç, el treball en equip, l'autenticitat i la recuperació de tècniques artesanals formen part del seu manifest.

Les seves col·leccions estan rebent nombrosos reconeixements. El darrer d'una llarga llista és el "Premi La Roca Village" a la millor col·lecció de la Passarel·la 080 de Tardor-Hivern 2012-13, atorgat per la Generalitat de Catalunya.

Miriam Ponsà es diplomada en diseño de moda por la Universidad de Southampton (RU) y se ha especializado en diseño y técnicas de punto, en Igualada. Tiene el taller en Manresa, en el mismo espacio en el que su bisabuela, en el año 1886, fundó una fábrica textil dedicada a la producción de cintas para las alpargatas.

El proceso artesanal define su obra, con técnicas poco utilizadas actualmente, como el bordado a mano, la tapicería, la cestería y el macramé. La suya es una trayectoria vital y apasionada. No sigue tendencias sino que crea colecciones independientes, que define como ropa de autor.

Miriam Ponsà diseña todas las colecciones en su taller de Manresa y produce todas las colecciones en talleres catalanes. Valores como el esfuerzo, el trabajo en equipo, la autenticidad y la recuperación de técnicas artesanales forman parte de su manifiesto.

Sus colecciones están recibiendo numerosos reconocimientos. El último, de una larga lista, es el "Premio La Roca Village" a la mejor de la pasarela 080 de Otoño-Invierno 2012-13, otorgado por la Generalitat de Catalunya.

Miriam Ponsà graduated with an associate's degree in fashion design from the University of Southampton (UK) and specialized in Knitwear Techniques and Design in Igualada. Her workshop is in Manresa, on the same premises in which, her great-great-grandmother, founded a textile factory specializing in webbing for espadrilles in 1886.

The hand-crafting process defines her work, with techniques such as upholstery, basket weaving, and macramé which are seldom used nowadays. As for her trajectory it has been dynamic and passionate. Not following the trends, she creates independent collections which she defines as authored clothing.

Miriam Ponsà designs all the collections in her workshop in Manresa and the garments are produced in workshops in Catalonia. Values like endeavor, team work and authenticity are important to her as well as the recuperation of handicraft techniques and they all form part of her manifesto.

Her collections have received several accolades; the latest in a long list being the "La Roca Village Prize" for the best collection at the 080 Fall-Winter 2012-13 edition, presented by the Autonomous Government of Catalonia.

MIRIAM PONSÀ

**RAIERS**

L'ofici de raier consistia en la construcció de raïes, embarcacions de troncs, i la seva conducció fluvial aigua avall. L'activitat del raier començava a l'hivern als boscos i després es barranquejaven les bigues riu avall fins als punts d'enraïment, i a l'estiu es duïen els raïes navegant fins als punts de distribució de la fusta.

El lligat dels troncs inspira les tècniques que treballen amb nusos com el macramé i la tècnica del nus espanyol. El brodat manual es treballa amb teixit de seda i la cinteria esdevé un element important a la col·lecció.

Part de la investigació d'aquesta col·lecció recau en el tractament del teixit, en l'erosió a l'intemperie de la peça un cop confeccionada. Les formes àmplies de les peces es combinen amb d'altres més estructurades que treballades amb tècniques de teixiduria. Els teixits majoritàriament són de seda, voile de cotó, lli resinat i sarja. Els colors giren entorns dels blaus, verds i grisos.

ALMADIEROS (RAIERS)

El oficio de almadiero consistía en la construcción de almadías, embarcaciones de troncos, y su conducción fluvial río abajo. La actividad de almadiero comenzaba en invierno en los bosques y después se lanzaban los troncos río abajo hasta los ataderos, y en verano se llevaban las armadías navegando hasta los puntos de distribución de la madera.

El atado de los troncos inspira las técnicas que trabajan con nudos, como el macramé y la técnica del nudo español. El bordado manual se trabaja con tejido de seda y la cintería se convierte en un elemento importante de la colección.

Parte de la investigación de esta colección recae en el tratamiento del tejido, en la erosión de la prenda a la intemperie una vez confeccionada. Las formas amplias de las prendas se combinan con otras más estructuradas que trabajadas con técnicas de tejeduría. Los tejidos son, mayoritariamente, de seda, voile de algodón, lino resinado y sarga. Los colores giran en torno de los azules, verdes y grises.

LUMBERJACKS

The lumberjack's trade involved the construction of rafts, effectively vessels made of logs, and the guidance of the rafts downriver. The logger's activity began with felling in the forests in winter. The logs were then rolled down the hillsides to the watercourses where the logs were floated down to points where the rafts were lashed together. In the summer the rafts were guided down to the lumber distribution points.

The lashing of the trunks together inspired techniques that use knots like macramé and the Spanish knot technique. Manual embroidery worked in silk and ribbons make up an important part of the collection.

Part of the research for this collection was into textile finishing techniques which led to the weathering of the finished garment by exposure to the elements. The full volumes of the pieces are combined with more structured than worked woven pieces. The fabrics are mostly silk, cotton voile, resined linen and twill. Colors are in the blues, greens and grays.

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Marca comercial / Commercial brand:
 MIRIAM PONSÀ
www.miriamponsa.com
info@miriamponsa.com

Adreça / Dirección / Address:
 c / Bruc 25
 08241 Manresa, Barcelona
 +34 938 721 758

Press contact:
 Showroom Felipe Salgado
www.felipesalgado.net +34 933 042 148
 Contact: Marta Domínguez
press@felipesalgado.net

NATALIE CAPELL

10 · 07 · 2013 / 12.00h



Des de la creació del seu primer vestit, als 14 anys, Natalie Capell es dedica a crear peces femenines d'excepció com a forma d'expressió. Va tornar als seus orígens catalans després de graduar-se al Shenkar College of Design Shenkar, a Tel Aviv, i va establir la seva marca a Barcelona l'any 2002.

La marca encarna delicadesa i fortalesa alhora, comoditat i elegància, un reflex de la manera de ser de la dona d'avui. Juntament amb l'equip del seu taller, es dedica a elaborar peces que ofereixen una interpretació alternativa de la feminitat moderna. Després d'anys d'experiència i de recerca, sorgeixen peces amb valor de joia, que destaquen pels seus jocs de transparències i pel seu treball de brodats a mà.

La boutique és un espai íntim rere el qual s'amaga el taller, que recorda els ateliers de París de principis de segle. És un lloc amagat en un carreró de la ciutat antiga, el secret del qual es difon de boca en boca des de fa més d'una dècada.

Desde la creación de su primer vestido a los 14 años, Natalie Capell se dedica a crear prendas femeninas de excepción cómo forma de su expresión. Volvió a sus orígenes catalanes después de graduarse en el Shenkar College of Design en Tel Aviv y estableció su marca en Barcelona en 2002.

La marca encarna delicadeza y fortaleza a la vez, comodidad y elegancia, un reflejo de la manera de ser de la mujer de hoy. Junto con el equipo de su atelier, se dedica a elaborar prendas que ofrecen una interpretación alternativa de la feminidad moderna. Tras años de experiencia y búsqueda, surgen piezas con valor de joya, que destacan por sus juegos de transparencias y su trabajo de bordado a mano.

La boutique es un espacio íntimo detrás de cual se esconde el taller, que recuerda los ateliers de principio de siglo en París. Es un lugar disimulado en un callejón de la ciudad antigua, cuyo secreto se difunde de boca en boca hace más de una década.

Since the creation of her first dress at age 14, Natalie Capell has been dedicated to creating exceptional women's clothing as a means of expression. She returned to her Catalan roots after graduating from Shenkar College of Design in Tel Aviv and established her brand in Barcelona in 2002.

The brand embodies gentleness and strength at the same time, comfort and elegance, a reflection of the way of life of today's woman. Along with her studio team, she is dedicated to developing clothes that offer an alternative interpretation of modern femininity. After years of experience and research, gem-like pieces are created, noted for their interplay of transparencies and manual embroidery work.

The boutique is an intimate space which hides a workshop round back, reminiscent of turn of the century ateliers in Paris. It is a place hidden in an alley of the old city, whose secret is spread by word of mouth since more than a decade ago...

**Persona #2**

La col·lecció presenta vestits llargs i tops delicats, còmodes i portables en múltiples combinacions, amb cinturons de seda. Es crea un joc entre aquestes dues capes, ja que es revelen colors a sota de peces més fosques.

La base és un vestit de silueta bàsica, de fons d'armari; a sobre, es porten peces úniques, fetes de tul, fines i elegants, brodades i elaborades a mà.

A través de lligadures i de màscares úniques, que acompanyen cada vestit i que insinuen un teatre de marionetes, l'ambient ens portarà a un cabaret màgic fora del temps.

Els materials: diferents tuls, de seda natural, de lycra, de poliamida; diferents punts, de seda i de poliamida; ras de seda natural. Aquests materials són treballats i tintats a mà a taller.

Persona #2

La colección presenta vestidos largos y tops delicados, cómodos y llevables en múltiples combinaciones con cinturones de seda. Se crea un juego entre estas dos capas, ya que se revelan colores debajo de piezas más oscuras.

La base es un vestido de silueta básica de fondo de armario; encima, se llevan piezas únicas hechas de tul, finas y elegantes, bordadas y elaboradas a mano.

A través de tocados y máscaras únicas que acompañan cada vestido, insinuando un teatro de marionetas, el ambiente nos llevará a un cabaret mágico fuera del tiempo.

Los materiales: diferentes tules, de seda natural, de lycra, de poliamida; diferentes puntos, de seda y de poliamida; raso de seda natural; son trabajados y tintados a mano en el atelier.

Person #2

The collection features long dresses and delicate tops, comfortable and wearable in multiple combinations with silk belts. An interplay is created between these two layers, as colors are revealed underlying darker pieces.

The foundation is a basic silhouette dress, a wardrobe standard, overlaid with unique pieces made of fine and elegant tulle, embroidered and made by hand.

Through unique headdresses and masks that accompany each dress, reminiscent of a puppet theater, we are transported to a timeless magic.

Materials: different tules: natural silk, lycra, polyamide, different jersey knits: silk and polyamide silk satin, are worked and dyed by hand in the atelier.

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Natalie Capell
Marca comercial / Commercial brand:
Natalie Capell

Adreça / Dirección / Address:
c / Carassa, 2
08003 Barcelona
+34 933 199 219

www.nataliecapell.com
diana@nataliecapell.com

SCHIPPER / ARQUES

10 · 07 · 2013 / 10.30h



Boris Schipper va néixer als Països Baixos el 1973 i Tomás Pedrosa Arques va néixer a Bèlgica el 1969.

La marca SCHIPPER/ARQUES es va crear a Bèlgica el 2008. Després d'abandonar la Gerrit Rietveld Academie d'Amsterdam, Schipper i Pedrosa Arques van començar a treballar junts, el 1998, com a estilistes per a clubs, vídeos musicals i moda, i van evolucionar cap a una clientela d'alt nivell arreu del món.

El seu enfocament conceptual i el seu relat de la contracultura, així com una concepció oberta de la comunicació visual i el maquillatge, són una part essencial de la identitat de la marca.

El seu treball s'ha publicat a Vogue, en les seves edicions de la Xina, d'Itàlia i d'Espanya, a Citizen K, a Another Magazine i a moltes altres revistes.

Boris Schipper nació en los Países Bajos en 1973 y Tomás Pedrosa Arques en Bélgica en 1969.

La marca SCHIPPER/ARQUES se creó en Bélgica en 2008. Tras abandonar la Gerrit Rietveld Academie en Amsterdam, Schipper y Pedrosa Arques empezaron a trabajar juntos en 1998 como estilistas para clubes, vídeos musicales y moda, evolucionando hacia una clientela de alto nivel en todo el mundo.

Su enfoque conceptual y su relato de la contracultura, así como un punto de vista abierto de la comunicación visual y el maquillaje son una parte esencial de la identidad de la marca.

El trabajo se ha publicado en Vogue China, Italia y España, Citizen K, Another Magazine y muchas otras revistas.

Boris Schipper was born in the Netherlands in 1973 and Tomas Pedrosa Arques in Belgium in 1969.

The SCHIPPER/ARQUES label was formed in Belgium in 2008. After dropping out of the Gerrit Rietveld academy in Amsterdam, Schipper and Pedrosa Arques started working together in 1998 as stylists for clubs, music videos and fashion, evolving to the point of catering to high level private clients worldwide.

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

Work has been published in Vogue China, Italy and Spain, Citizen K, Another Magazine and many others.

SCHIPPER/ARQUES

**Refraction**

“Refraction” Estiu 2014, va ser inspirada per la rosada resplendent de les terres baixes, prop d'Amsterdam, en un matí d'estiu submergit en una freda boirina, amb el mantell màgic d'un plovisqueig que gotejava i que lluia amb els primers rajos daurats del sol.

Boris Schipper i Tomás Pedrosa Arques es van inspirar, també, en l'art transdisciplinari de l'artista canadenc Michel de Broin, el qual, l'any 2004, va cobrir completament una roca, en la profunditat del bosc alsacià, amb fragments de mirall, per fer-la desaparèixer en un joc de reflexes radiants que s'espargien.

Aquesta proposta ens explica l'esborronadora bellesa de la natura, el romanç de la inseguretat i de quina manera el nostre entorn fa canviar la nostra percepció, com gotes d'aigua en una espessa boirina, que refracten la llum i distorsionen la realitat.

Refraction

‘Refraction’ verano 2014, se inspiró en el resplandeciente rocío de las tierras bajas, junto a Amsterdam, en una madrugada sumergiéndose en una fría neblina, en el manto mágico de un rocío que goteaba y relucía en el temprano sol dorado.

Boris Schipper y Tomás Pedrosa Arques se inspiraron, también, en el arte trans-disciplinario del artista Canadiense Michel de Broin, quien, en 2004, cubrió de manera completa una roca, en la profundidad del bosque Alsaciano, con fragmentos de espejo, para hacerlo desaparecer en un juego de radiantes reflejos que se esparcían.

Esta propuesta nos cuenta la escalofriante belleza de la naturaleza, el romance de la inseguridad y como nuestro entorno cambia nuestra percepción, como gotas de agua en una espesa neblina que refractan la luz distorsionando la realidad.

Refraction

‘Refraction’ Summer 2014 was inspired by the stunning dewy lowlands next to Amsterdam on a summer morning bathed in a cold mist with a magical carpet of dewdrops shimmering in the golden early morning sun.

Boris Schipper and Tomas Pedrosa Arques found their inspiration as well in the trans-disciplinary art of Canadian artist Michel de Broin that, in 2004, completely covered a rock deep in the Alsatian woods with fragments of mirror to make it disappear in a play of splintered radiance and reflections.

This collection is about the frightening beauty of nature, the romance of insecurity and about how our surroundings change our perception, just like the drops of water in a heavy mist refract light and bend reality.

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Boris Schipper i
Tomas Pedrosa Arques

Marca comercial / Commercial brand:

SCHIPPER/ARQUES

Adreça / Dirección / Address:

KATTEGATSTRAAT 6,
3500 HASSELT,
LIMBURG (BELGIUM)
+32 498 33 50 63

www.schipperarques.com

info@schipperarques.com

SELIM DE SOMAVILLA

09 · 07 · 2013 / 10.30h



Nascut i establert a Barcelona, Selim de Somavilla es forma com a dissenyador de moda a aquesta ciutat i a Londres. L'any 2005 es gradua a la Ciutat Comtal i forma part de l'equip de Martin Lamothe durant dues col·leccions. La capital britànica li ofereix un nou aire, maduresa i perspectiva per als seus futurs treballs, dedicats a la moda masculina, a través d'estudis a l'LCF i de treballar a The Rodnik Band.

L'home a qui vesteix no entén de limitacions. És un home amb gustos refinats, a qui li agrada vestir bé, amb un cert aire melancòlic, sense perdre la virilitat tot i la important influència unisex. De Somavilla dona una importància essencial a un "tot" en les seves col·leccions, en les quals dissenya, també, bosses, sabates i joieria.

A principis del 2012 presenta la seva col·lecció sota el títol "MAELSTRØM", a l'edició Tardor/Hivern '12 de la València Fashion Week i a Move Sevilla. El setembre d'aquell mateix any, mostra "KNOCKOUT" a Barcelona, una proposta per a la Primavera/Estiu '13, en el marc del Festival Bosson. Recentment, ha col·laborat en la realització de bosses amb la firma ESCORPION per a l'última edició de la passarel·la 080 Barcelona Fashion.

Nacido y afincado en Barcelona, Selim de Somavilla se forma como diseñador de moda en dicha ciudad y en Londres. En 2005 se gradúa en la Ciudad Condal y forma parte del equipo de Martin Lamothe durante dos colecciones. La capital británica le ofrece un nuevo aire, madurez y perspectiva para su futuro trabajo dedicado a la moda masculina, estudiando en el LCF y trabajando en The Rodnik Band.

El hombre al que viste no entiende de limitaciones. Es un hombre con gustos refinados, al le gusta vestir bien, con un cierto aire melancólico, sin perder la virilidad a pesar de la importante influencia unisex. De Somavilla da esencial importancia a un "todo" en sus colecciones, en las que diseña, también, bolsos, zapatos y joyería.

A principios del 2012 presenta su colección titulada MAELSTRØM, durante la edición de Otoño/Invierno '12 de la Valencia Fashion Week y en Move Sevilla. En septiembre del mismo año, muestra "KNOCKOUT" en Barcelona, una propuesta para la Primavera/Verano '13, en el marco del Festival Bosson. Recientemente, ha colaborado en la realización de bolsos con la firma ESCORPION para la última edición de la pasarela 080 Barcelona Fashion.

Born and bred and residing in Barcelona, Selim de Somavilla became a fashion-designer between here and London. In 2005 he graduated in Barcelona and went on to form a part of the team of Martin Lamothe over two collections. London offered him a new air, maturity and a fresh perspective for his future work dedicated to male fashion, studying at LCF and working at The Rodnik Band.

The man that is dressed in his clothes knows no limitations. He is a man of refined tastes, who likes dressing well, with a certain melancholic air but without losing his virility despite the important unisex influence. De Somavilla places essential importance to a "total outfit idea" in his collections, for which he also designs bags, shoes and jewellery.

At the beginning of 2012 he shows his collection called MAELSTRØM at the Fall-Winter '12 edition of Valencia Fashion Week and Move Seville. In the September he showed "KNOCKOUT" in Barcelona, a collection for Spring-Summer '13, during the Bosson Festival. He recently worked in conjunction with the ESCORPION brand working on handbags for the most recent 080 Barcelona Fashion.

SELIM DE SOMAVILLA



THREE THOUSAND WORDS

Les últimes setmanes d'estiu es precipiten. Amb melancolia, recorden el ja gairebé finalitzat estiu, de dies càlids i de nits eternes. L'influx lunar eternitza tots els somnis. Somnis que perduraran en la memòria. Carpe diem, és el somni d'una nit d'estiu. Ara es tanca una etapa. N'hi ha una de nova a punt d'arribar. És un moment de canvi, en què les primeres tres mil paraules seran les que determinaran un futur prometedor. "THREE THOUSAND WORDS" és la proposta per a la Primavera/Estiu 2014 del dissenyador Selim de Somavilla. La col·lecció evidencia una dualitat de sexes, que eventualment s'uneixen per formar una unitat. El quadre és, en la majoria dels looks, el punt de partida de tota la col·lecció. Un element tan geomètric utilitzat en ocasions de manera irregular. Apareix l'estampat tropical com un element important en moltes de les peces, i, a partir d'aquest, sorgeixen tots els colors com el groc lima o el blau Klein que intensifiquen la col·lecció. Una col·lecció plena d'antítesis entre masculí i femení, entre clàssic i modern, entre regular i irregular. Una harmonia de contrastos enfrontats.

THREE THOUSAND WORDS

Las últimas semanas de verano se precipitan. Con melancolía, recuerdan el casi finalizado estío, de días cálidos y noches eternas. El influjo lunar eterniza todos sus sueños. Sueños que perdurarán en la memoria. Carpe Diem, es el sueño de una noche de verano. Ahora se cierra una etapa. Otra nueva está por llegar. Es un momento de cambio, en el que las primeras tres mil palabras serán las que determinarán un prometedor futuro. "THREE THOUSAND WORDS" es la propuesta para Primavera/Verano 2014 del diseñador Selim de Somavilla. La colección evidencia una dualidad de sexos, que eventualmente se unen para formar uno. El cuadro es, en la mayoría de los looks, el punto de partida de toda la colección. Un elemento tan geométrico usado en ocasiones de forma irregular. Aparece el estampado tropical como un elemento importante en muchas de las prendas, a partir del cual surgen todos los colores como el amarillo lima o el azul Klein que intensifican la colección. Una colección llena de antítesis entre lo masculino y lo femenino, lo clásico y lo moderno, lo regular y lo irregular. Una armonía de contrastes enfrentados.

THREE THOUSAND WORDS

The last few weeks of the summer hurry away. With melancholy, they invoke the almost finishing summer, of warm days and eternal nights. The moon's influence makes all of their dreams eternal. Dreams that shall last in the memory. Carpe Diem, it is a midsummer night's dream. Now an epoch is drawing to a close. A fresh one is just around the corner. It is a time for change, in which the first three thousand words will be those that are to determine a promising future. "THREE THOUSAND WORDS" is the Spring/Summer 2014 offering from designer Selim de Somavilla. The collection highlights a duality of sexes, that unite eventually to make one. Square is, in the majority of the looks, the starting-point for all of the collection. An element as geometric as that sometimes used in an irregular way. A tropical print is on display as an important element in many of the garments, from which colors such as yellow lime or blue Klein increase the collection. A collection full of antithesis between the masculine and feminine, the classical and modern, the regular and irregular. A harmony of confronted contrasts.

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Selim de Somavilla
Marca comercial / Commercial brand:
Selim de Somavilla

Adreça / Dirección / Address:
c / Villarroel 13, 1r 2a
08011 Barcelona
+34 637 968 628

www.selimdesomavilla.com
info@selimdesomavilla.com

S U R

09 · 07 · 2013 / 13.30h



La barcelonina Laura Figueras va llançar la seva primera marca, Bambi by Laura, l'any 2003. La marca es va convertir ràpidament en un element bàsic en les botigues de moda més refinades de tot el món, des de Tòquio fins a París, Londres i Nova York. Seguidament va fer nombroses col·laboracions amb Topshop, amb Roxy Corazón i amb Cola-Cola Light, entre d'altres.

L'any 2009 es va traslladar a Londres, i l'any 2012 va començar a treballar en una passió a llarg termini: la creació d'un nou tipus d'etiqueta de luxe, Sur.

La marca es distingeix per un enfocament indestructible amb la qualitat i la procedència. Així doncs, els teixits s'obtenen al Regne Unit, a Espanya i a Itàlia, i la producció es porta a terme en tallers tradicionals del voltant de Barcelona. Des del seu debut, el 2012, la marca ha rebut elogis per part dels crítics pel seu aspecte elegant, portable i sofisticat.

La barcelonesa Laura Figueras lanzó su primera marca, Bambi by Laura, en 2003. La marca se convirtió rápidamente en un elemento básico en las tiendas de moda más refinadas de todo el mundo, desde Tokio a París, Londres y Nueva York. Numerosas colaboraciones siguieron, con Topshop, Roxy Corazón y Coca-Cola Light entre otros.

En 2009 se trasladó a Londres, y en 2012 comenzó a trabajar en una pasión a largo plazo, la creación de un nuevo tipo de etiqueta de lujo, Sur.

La marca se distingue por un enfoque inquebrantable con la calidad y la procedencia. Como tal, los tejidos se obtienen en el Reino Unido, España e Italia y la producción se lleva a cabo en talleres tradicionales en los alrededores de Barcelona. Desde su debut en 2012, la marca ha recibido elogios por parte de los críticos por su aspecto elegante, llevable y sofisticado.

Barcelona-born Laura Figueras launched her first brand, Bambi by Laura in 2003. The brand quickly became a staple feature in discerning boutiques across the world, from Tokyo to Paris, London and New York. Numerous collaborations followed, with Topshop, Roxy Heart, CocaCola Light among others.

In 2009 she moved to London, and in 2012 began work on a long-term passion, the creation of a new kind of luxury label, Sur.

The brand is distinguished by an uncompromising approach to quality and provenance. As such, fabrics are sourced in the UK, Spain and Italy and manufacture takes place in traditional ateliers in and around Barcelona. Since its debut in 2012 the brand has received critical acclaim for its elegant wearable and sophisticated looks.

sur.



Sforza Collection

La col·lecció Sforza s'inspira en la llum, en el clima i en els estats d'ànim de la Costa Brava, juntament amb la sofisticació urbana de Milà. Així, els looks estan dissenyats per barrejar i per combinar, per a la platja i per a la ciutat.

Teles bàsiques del repertori de Sur, com la seda, l'organza de seda i el fil, es complementen amb detalls de pell. Els cotons ens recorden les ombrel·les descolorides pel sol i les ganes de fer vacances. Siluetes esmolades es combinen amb aquelles de més vol, per crear un look femení de luxe, que expressa una feminitat discreta.

Sforza Collection

La colección Sforza se inspira en la luz, el clima y los estados de ánimo de la Costa Brava, junto con la sofisticación urbana de Milán. Como tal, los looks están diseñados para mezclar y combinar, para la playa y la ciudad.

Telas básicas del repertorio Sur, como la seda, la organza de seda y el hilo se complementan con detalles en piel. Los algodones nos recuerdan a las sombrillas descoloridas por el sol y a las ganas de vacaciones. Siluetas afiladas se combinan con aquellas con más vuelo, para un look femenino de lujo, que expresa una feminidad discreta.

Sforza Collection

The Sforza collection is inspired by the light, weather and moods of the Costa Brava, coupled with the urban sophistication of Milan. As such, looks are designed to mix and match, for beach and city.

Staple fabrics of the Sur repertoire, such as silk, silk organza and fine cottons are complemented by leather detailing. Thicker cottons remind us of sun-faded beach umbrellas and vacation moods. Sharp silhouettes combine with floating, for a luxurious feminine look, which expresses understated femininity.

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Laura Figueras Nogueira
Marca comercial / Commercial brand:
SUR

Adreça / Dirección / Address:
Joan Miro, 33
08970 Sant Joan Despí, Barcelona
+34 633 880 109

www.sur-studio.co.uk
laura@sur-studio.co.uk

T C N

10 · 07 · 2013 / 19.00h



Va néixer a Arenys de Mar, Barcelona, a la dècada dels seixanta. De Saint Tropez, on la seva família tenia una botiga i on ella passava les seves vacances d'estiu, encara recorda els seus jocs d'infantesa perduda entre maniquins, emprovadors i prestatgeries.

Als 10 anys la Totón Comella dibuixava amb rapidesa qualsevol figurí, patró o estampat que se li passés pel cap. El seu talent natural la porta a estudiar interiorisme i a ingressar a Belles Arts donat que en aquella època el seu desig era dedicar-se a la pintura i l'interiorisme.

TCN neix de la necessitat de trobar una peça de bany còmoda, versàtil, que s'adapti al seu gust natural i innat. Des de 1987 la firma està present en les millors botigues del món, sent una referència avui dia ja en el món sencer pel seu estil shaby chic.

Nació en Arenys de Mar, Barcelona, en la dècada de los sesenta. De Saint Tropez donde su familia tenía una tienda y donde ella pasaba sus vacaciones de verano, todavía recuerda sus juegos de infancia perdida entre maniquies, probadores y estanterías.

A los 10 años, Totón Comella dibujaba con rapidez cualquier figurín, patrón o estampado que se le pasara por la cabeza. Su talento natural le decide a estudiar interiorismo e ingresar en Bellas Artes ya que en esa época su deseo era dedicarse a la pintura y interiorismo.

TCN nace de la necesidad de encontrar una prenda de baño cómoda, versátil, que se adapte a su gusto natural e innato. Desde 1987 la firma esta presente en las mejores tiendas del mundo siendo una referencia hoy ya en el mundo entero por su estilo shaby chic.

Born in Arenys de Mar, Barcelona in the sixties. In Saint Tropez where her family ran a shop and where she spent her summer vacations, she remembers childhood games lost among shop mannequins, fitting rooms and shelves.

At 10, Totón Comella could swiftly draw any figure, pattern or design that came to mind. Her innate talent led her to decide to study interior design and she undertook studies in fine arts as at that time, her desire was to dedicate herself to painting and interior design.

TCN is born out of the need for swimwear for her, swimwear which is at the same time comfortable and versatile, which adapts to her innate taste. Since 1987 the firm is carried by the best shops around the world, today being a reference for its shabby, chic style.

**PRIMAVERA/ESTIU****TCN 2014**

La col·lecció TCN Primavera/Estiu 2014 revifa l'esperit del temps amb una proposta que revisa els clàssics de la firma i que és una picada d'ullet a la llum del sol i a la relaxació de l'estiu.

La col·lecció torna al concepte de 24 h TCN i mostra tota la seva plenitud amb totes les línies de la firma, des de la llenceria i la cotilleria fins a l'exterior, passant per la homewear i per la roba de bany.

Pel que fa als colors, els blaus del mar i els colors metal·litzats en totes les seves versions són els protagonistes. Or vell, coure desgastat, plata mat... prenen força en la col·lecció de roba de bany, mentre les línies, més fines que mai, són l'estampat protagonista de l'estiu.

A l'exterior, els cotons rústics calats es converteixen en minishorts i en culottes, i es barregen amb uns vestits llencers més femenins que mai.

Les pelfes i les sedes de cotó es camuflen en bambules, i els voiles lleugers i íntims en camisoles, en vestits i en faldilles màxi, que conviden a la relaxació i ens recorden la lentitud del pas del temps.

PRIMAVERA/VERANO**TCN 2014**

La colección de TCN Primavera/Verano 2014 reaviva el espíritu del tiempo con una propuesta que revisa los clásicos de la firma y que es un guiño a la luz del sol y al relax del verano.

Volviendo al concepto de 24 h TCN, la colección muestra toda su plenitud con todas las líneas de la firma, Desde la lencería y la corsetería hasta el exterior, pasando por el homewear o el baño.

En los coloridos, los azules mar y los metalizados en todas sus versiones son los protagonistas. Oro viejo, cobre desgastado, plata mate... toman fuerza en la colección de baño, mientras las rayas, más finas que nunca, son el estampado protagonista del verano.

En el exterior, los algodones rústicos calados se convierten en mini shorts y culottes y se mezclan con los vestidos lenceros más femeninos que nunca.

Las felpas y las sedas con algodón se camuflan en bambulas y los voiles ligeros e íntimos en camisolas, vestidos y maxi faldas, que invitan al relax y nos recuerdan la lentitud del paso del tiempo.

SPRING/SUMMER**TCN 2014**

The TCN Spring-Summer 2014 collection revives the spirit of the times with one that revisits all of the classics previously on offer from the firm and is at the same time a nod to the light of the sun and a relaxing summer.

Returning to the concept of 24 hr TCN the collection puts all of its wares on show with every line from the firm, from lingerie and corsetry outwards and passing by swim and homewear.

As for the colors on show, the sea and metal-blues in every hue imaginable play host, old gold, worn copper, matt silver... gain force in the swimwear collection while the slightest ever stripes are the summer's chief print.

On top, rustic see-through cottons become mini-shorts and culottes and can be matched with laced dresses more feminine than ever.

Cotton with velvet and silk linings, are camouflaged with ruffled-cotton and veiling, light and intimate on camisoles and long shirts, dresses and maxi-skirts that invite one to chill out and reminding us all of the slow passage of time.

Dissenyador / Diseñador / Designer
Totón Comella
Marca comercial / Commercial brand:
TCN

Adreça / Dirección / Address:
Rial Bellsollell, 30
08358 Arenys de Munt, Barcelona
+34 93 795 1 14 EXT.6

www.tcn.es
comunicacion@tcn.es

Y I O R G O S E L E F T H E R I A D E S

11 · 07 · 2013 / 12.00h



Les col·leccions de Yiorgos Eleftheriades s'han exposat a Atenes, a París i a Barcelona. La seva filosofia es basa en l'amor que sent per les formes clàssiques. En la seva recerca de l'elegància contemporània, aspira a crear un estil urbà veritablement alternatiu, amb formes interessants, sastreria de qualitat i combinacions experimentals de teles i de textures. Sovint li agrada ajuntar materials o elements que contrasten entre ells.

La idea principal subjacent en la seva percepció és l'atemporalitat, que travessa les estacions de l'any, i la unió sofisticada però desenfadada del dia i la nit. La roba pot semblar minimalista i perfilada audaçment quan es vesteix a joc, però també es pot portar amb un estil neoromàntic més senzill i suau, amb la juxtaposició de teixits i de siluetes. Amb una gran consciència mediambiental, ha utilitzat teixits naturals i ecològics des de l'inici de la seva trajectòria professional. Els seus treballs s'han presentat en moltes revistes, com Numero Homme, Dapper Dan, Mixte, Soon, Vogue Japan, Harper's Bazaar Japan, Dazed&Confused Japan, Amusement, Metal, Surface, Zoo Magazine, So Chic, Wallpaper, 10, ID, Gad Japan, Glamour i Citizen K... etc.

Las colecciones Yiorgos Eleftheriades se han expuesto en Atenas, París y Barcelona. Su filosofía se basa en el amor que siente por las formas clásicas. En su búsqueda de la elegancia contemporánea, aspira a crear un estilo urbano verdaderamente alternativo, con formas interesantes, sastrería de calidad y combinaciones experimentales de telas y texturas. A menudo le gusta reunir materiales o elementos que contrastan.

La idea principal subyacente en su percepción es la atemporalidad de las estaciones del año y, la unión sofisticada pero desenfadada del día a la noche. La ropa puede parecer minimalista y audazmente perfilada cuando se viste a juego, pero también se puede llevar con un estilo neoromántico más sencillo y suave, con la juxtaposición de tejidos y siluetas. Con una gran conciencia medioambiental, ha utilizado tejidos naturales y ecológicos desde el inicio de su trayectoria profesional. Su trabajo se ha presentado en muchas revistas como: Numero hombre, Dapper Dan, Mixte, Soon, Vogue Japan, Harper's Bazaar Japan, Dazed&Confused Japan, Amusement, Metal, Surface, Zoo Magazine, So Chic, Wallpaper, 10, ID, Gad Japan, Glamour y Citizen K... etc.

Yiorgos Eleftheriades' collections have been displayed in Athens, Paris and Barcelona. His philosophy is based upon his love for classical forms. In his search for contemporary elegance, he aims to create a truly alternative urban style with interesting shapes, quality tailoring and experimental combinations of fabrics and textures. He is often fond of bringing together contrasting materials or elements.

The main idea behind his perception is a trans-seasonal timelessness and, a glamorous but cool day-to-night approach. The clothes might appear minimalistic and boldly outlined when worn matchingly, but can also be worn in a more accessible and softer neo-romantic style, with the juxtaposition of fabrics and silhouettes. Being environmentally conscious, he has been using natural and eco friendly textiles since the start of his career. His work has been presented in many magazines such as: Numero homme, Dapper Dan, Mixte, Soon, Vogue Japan, Harper's Bazaar Japan, Dazed&Confused Japan, Amusement, Metal, Surface, Zoo Magazine, So Chic, Wallpaper, 10, ID, Gad Japan, Glamour and Citizen K... etc.



ESTIMULACIÓ EXCESSIVA D'UN TIPUS ESPECÍFIC #2

Amb una picada d'ullet al minimalisme postmodern i a la importància de l'equilibri en l'estructura de la peça, la col·lecció Primavera/Estiu 2014 de Yiorgos Eleftheriades consisteix, bàsicament, en un seguit de siluetes esculpides.

L'efecte s'aconsegueix a través de formes elegants, amb l'aplicació de detalls, de retalls i d'efectes similars al paper. Les peces individuals es poden juxtaposar fàcilment per crear diferents combinacions de capes.

L'objectiu principal de la col·lecció és crear un vestuari informal i imponent alhora, que encaixi amb una dona contemporània i elegant, visqui on visqui.

ESTIMULACIÓN EXCESIVA DE UN TIPO ESPECÍFICO #2

Con un guiño al minimalismo post-moderno y a la importancia del equilibrio en la estructura de la prenda, la colección Primavera/Verano 2014 de Yiorgos Eleftheriades es, básicamente, una serie de siluetas esculpidas.

El efecto se consigue a través de formas elegantes, con la aplicación de detalles, recortes y efectos similares al papel. Las piezas individuales se pueden yuxtaponer fácilmente en diferentes combinaciones de capas.

El principal objetivo de la colección es crear un vestuario informal y, al mismo tiempo imponente, que encaje con una mujer contemporánea y elegante viva donde viva.

EXCESSIVE STIMULATION OF A SPECIFIC TYPE #2

With a nod to post-modern minimalism and the importance of balance in the structure of a garment, the Spring Summer 2014 collection of Yiorgos Eleftheriades is, basically, a series of sculptured silhouettes.

The effect is achieved via sharp shapes, with applied details, cut-outs and paper like effects. Individual pieces can be easily juxtaposed in a variety of layered combinations.

The collection's main purpose is to create an easy-going - but impressive at the same time - wardrobe that fits an elegant contemporary female in whatever environment she chooses to inhabit.

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Yiorgos Eleftheriades
Marca comercial / Commercial brand:
Yiorgos Eleftheriades

Adreça / Dirección / Address:
13 AGION ANARGIRON STR
10554 Athens GREECE
+30 210 33 12 622

www.yiorgoseleftheriades.gr
info@yiorgoseleftheriades.gr

W H O

09 · 07 · 2013 / 13.30h



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

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

Les col·leccions de WHO són fàcilment identificables, dins del seu estil, pels detalls, volums, teixits... que sempre segueixen una línia personal estructurada i sobria.

WHO ha estat present a fires nacionals (Gaudí, CIRCUIT i Cibeles) i internacionals (White, a Milà, i Who's Next, a París) així com en les passades tres edicions del 080 Barcelona Fashion.

Laia Roca creó la marca WHO el año 2000.

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

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

WHO ha estado presente en ferias internacionales (Gaudí, CIRCUIT y Cibeles) e internacionales (White en Milán y Who's next en París), así como en las tres últimas ediciones del 080 Barcelona Fashion.

Laia Roca created the WHO brand in 2000.

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

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

WHO has been present in national (Gaudí, CIRCUIT and Cibeles) and in international (White in Milan and Who's next in Paris) shows, as well as in the last three editions of 080 Barcelona Fashion.

who



SLOWDANCE:

ball lent – ball en parella

La col·lecció Who Primavera/Estiu 2014 parteix de la fusió de l'home i la dona. Un ball en parella; un joc de moviments lliures a càmera lenta.

Teixits fluids i colors dolços. La dona hi aporta el groc, el lavanda, el blanc i el negre, una constant.

Teixits amb cos i rigidesa: l'home, el beix i el vainilla.

Les peces envolten. En aquesta fusió, en què dos són un, les tanques són la unió.

SLOWDANCE:

baile lento – baile en pareja

La colección Who Primavera/Verano 2014 parte de la fusión entre el hombre y la mujer. Un baile en pareja; un juego de movimientos libres a cámara lenta.

Tejidos fluidos y colores dulces. La mujer aporta amarillo, lavanda, blanco y negro, una constante.

Tejidos con cuerpo y rigidez: el hombre, beige y vainilla.

Las prendas envuelven. En esta fusión, donde dos es uno, los cierres son la unión.

SLOWDANCE:

slow dance – dance for couples

From the fusion between man and woman comes the collection Who ss14. A dance for couples; a game of free movements in slow motion.

Fluid fabrics and sweet colors. The woman brings yellow, lavender, black and white, a constant.

Materials with body and rigidity: the man, beige and vanilla.

The garments wrap. In this fusion, where two is one, the fasteners mean union.

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Laia Roca

Marca comercial / Commercial brand:
WHO

Adreça / Dirección / Address:
C/ Enric Morera, 14 3a
08950 Esplugues del Llobregat,
Barcelona
+34 933 721 112

www.who-bcn.com
who.laiaroca@gmail.com
www.facebook.com/whobcn
www.twitter.com/who_bcn
www.instagram.com/who_bcn

Z A Z O & B R U L L

09 · 07 · 2013 / 17.30h



Xavier Zazo i Clara Brull són els dissenyadors de l'avantguardista marca catalana de moda femenina zazo&brull.

Dins de la seva trajectòria professional, destaca la seva participació en fires com Bread&Butter, Rendez-vous a París, Modefabrick a Amsterdam, o MQ a Viena.

Les seves col·leccions s'han pogut veure també a la passarel·la 080 Barcelona Fashion i a la València Fashion Week, i han estat convidats a participar a la Passarel·la Gaudí Núvies, al certamen Bolívia Moda, a la ciutat de Santa Cruz, i a la SUL Fashion Week, al Brasil.

En la tercera edició que es va celebrar del concurs internacional "El Botón - Mango Fashion Awards", zazo&brull va ser triada entre els 10 finalistes com a únics representants espanyols.

Xavier Zazo y Clara Brull son los diseñadores de la vanguardista firma catalana de moda femenina zazo&brull.

Dentro de su trayectoria profesional destaca su participación en ferias como Bread&Butter, Rendez-vous en París, Modefabrick en Amsterdam o MQ en Viena.

Sus colecciones se han podido ver también en la pasarela 080 Barcelona Fashion y en la Valencia Fashion Week, y han sido invitados a participar en la Pasarela Gaudí Novias, en el certamen Bolívia Moda en la ciudad de Santa Cruz, y en SUL Fashion Week en Brasil.

En la tercera edición que se celebró del concurso internacional "El Botón - Mango Fashion Awards", zazo&brull resultó elegida entre los 10 finalistas como únicos representantes españoles.

Xavier Zazo and Clara Brull are the designers behind the avant-garde Catalan female fashion firm zazo&brull.

Their professional career has seen them participate at fairs such as Bread&Butter, Rendez-vous in Paris, Modefabrick in Amsterdam and MQ in Vienna.

Their collections have also been on display on the catwalk at 080 Barcelona Fashion and the Valencia Fashion Week, and they have been invited to participate at the Barcelona bridal show Pasarela Gaudí, at the Bolívia Moda fashion-event in Santa Cruz and the SUL Fashion Week in Brazil.

At the third international "El Botón -Mango Fashion Awards", zazo&brull were chosen as one of the ten finalists as the only Spanish representatives.

zazo & brull

— barcelona —



EL SUCCESSOR
spring-summer 2014

El successor

Tot aquell que aspira al poder,
ja ha venut la seva ànima al diable.

Goethe

(poeta i dramaturg alemany)

El sucesor

Todo aquel que aspira al poder,
ya ha vendido su alma al diablo.

Goethe

(poeta y dramaturgo alemán)

The successor

*All they who dream of power,
have already sold their soul to the
devil.*

Goethe

(German writer, artist and politician)

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Xavier Zazo i Clara Brull

Marca comercial / Commercial brand:

Zazo&Brull

Adreça / Dirección / Address:

c / Mallorca, 315 local 2

08037 Barcelona

+34 93 423 97 86

www.zazobrull.com

zazobrull@zazobrull.com

BCN B R A N D

12 · 07 · 2013 / 12.00h

Neix BCN Brand, un nou concepte de calçat exclusiu, elaborat a Barcelona amb il·lusió i amb amor. Amb una actitud fresca, desenfadada però elegant a la vegada, aquesta marca busca el poder d'evocar estius eterns, plens de colors, amb un toc d'heritage sense arribar a ser retro.

Tots els productes de BCN Brand estan dissenyats i produïts aquí, seguint les últimes tendències i amb la millor tradició artesanal, un valor en alza dins del sector.

Nace BCN Brand, un nuevo concepto de calzado exclusivo, elaborado en Barcelona con ilusión y cariño. Con una actitud fresca, desenfadada pero a la vez elegante, esta marca busca el poder de evocar veranos eternos, llenos de colores, con un toque heritage sin llegar a ser retro.

Todos los productos de BCN Brand están diseñados y producidos aquí, siguiendo las últimas tendencias y con la mejor tradición artesanal, un valor en alza dentro del sector.

BCN Brand is born. A new concept in exclusive footwear, made in Barcelona with enthusiasm and affection. With a fresh attitude, casual yet elegant, this brand seeks the power to evoke eternal summers, full of colors and a touch of heritage without being retro.

All BCN Brand products are designed and produced here, following the latest trends and best craftsmanship. A rising star in the industry.



Barcelona

El primer de molts projectes han estat les sneakers BCN Brand, de pell i tintades a mà, amb col·leccions per a home i per a dona. Aquest calçat trepitja fort i ja es troba disponible a botigues de prestigi d'Espanya, a llocs com Barcelona, Mataró, Vitòria, Pamplona, Madrid... i ja hi ha diversos famosos espanyols que l'utilitzen. En l'àmbit internacional, la marca és present a Dubai i al Líban, i compta amb un showroom a Hollywood per poder calçar celebritats a l'altra banda de l'Atlàntic.

En aquesta edició de juliol del 080 es presentaran les noves col·leccions de polos, de samarretes i de roba de bany, que marquen tendències més enllà del calçat, sempre amb la màxima qualitat i confort.

Fidels al seu lema "Think global, be local", BCN Brand segueix expandint el negoci per tot el món, amb l'ajuda d'una botiga virtual internacional (www.strollinbcn.com).

Calça't unes BCN Brand i "let's do a shoe party"!

Barcelona

El primero de muchos proyectos han sido las sneakers BCN Brand, de piel y tintadas a mano, con colecciones para hombre y mujer. Este calzado pisa fuerte y ya se encuentra disponible en tiendas de prestigio de España, en lugares como Barcelona, Mataró, Vitoria, Pamplona, Madrid... y son varios los famosos españoles que ya las poseen. A nivel internacional la marca tiene presencia en Dubái y Líbano así como un showroom en Hollywood para poder calzar a las celebrities también al otro lado del charco.

Coincidiendo con la edición de julio del 080, se van a presentar las nuevas colecciones de polos, camisetas y baño, marcando tendencias más allá del calzado; siempre con la máxima calidad y confort.

Fieles a su lema "Think global, be local", BCN Brand continúa expandiendo el negocio por todo el mundo, con la ayuda de una tienda on-line internacional (www.strollinbcn.com).

¡Cálzate unas BCN Brand y "Let's do a shoe party"!

Barcelona

The first of many projects is the BCN Brand sneaker, leather and dyed by hand, with collections for men and women. This shoe rocks and is now available in prestigious stores around Spain in places such as Barcelona, Mataró, Vitoria, Pamplona, Madrid... and there are several famous Spaniards who already have a pair. Internationally the brand has a presence in Dubai and Lebanon as well as a showroom in Hollywood in order to shoe the celebrities across the pond.

Coinciding with the July issue of 080, the new collections of polo shirts and T-shirts and swimwear will be presented setting trends beyond just footwear, always with the highest quality and comfort.

True to their motto "Think global, be local", BCN Brand continues to expand the business worldwide with the help of an international online shop (www.strollinbcn.com)

Step into some BCN Brands and "Let's do a shoe party"!

Marca comercial / Commercial brand:
BCN Brand

Adreça / Dirección / Address:
Rda Gral Mitre, 141
08022 Barcelona
+34 93 201 90 22

www.strollinbcn.com
info@bcnbrand.com

B Ó B O L I

12 · 07 · 2013 / 10.30h

Bóboli té el seu origen a l'empresa Star Textil, fundada el 1981. El 1984 es crea la marca Bóboli, dedicada al disseny i a la comercialització de moda infantil. A partir del 1990 inicia la seva activitat internacional. L'aposta pel retail té lloc a partir de l'any 2000, amb l'objectiu de posicionar la marca com a capdavantera dins del mercat de la moda infantil.

Bóboli ofereix col·leccions en què la intensitat de color, els estampats i el tractament innovador dels teixits són els principals protagonistes. Color, moda, disseny i qualitat són la targeta de presentació de la marca, una col·lecció completa que cobreix totes les necessitats dels nens i les nenes (de 0 mesos a 16 anys). Avui en dia Bóboli és present a més de 1.500 punts de venda en més de 50 països i, a Espanya, compta amb 50 botigues exclusives.

Bóboli tiene su origen en la empresa Star Textil fundada en 1981. En 1984 se crea la marca Bóboli, dedicada al diseño y comercialización de moda infantil. A partir de 1990 se inicia en su actividad internacional. La apuesta por el retail se realiza a partir del 2000 con el objetivo de posicionar la marca como puntera dentro del mercado de moda infantil.

Bóboli ofrece colecciones en las que la intensidad de color, los estampados y el innovador tratamiento de los tejidos son los principales protagonistas. Color, moda, diseño y calidad son la tarjeta de presentación de la marca, una colección completa que cubre todas las necesidades de los niños (de 0m a 16a). Hoy en día Bóboli está presente en más de 1500 puntos de venta en más de 50 países y en España cuenta con 50 tiendas exclusivas.

Bóboli originates from the Star Textil company founded in 1981. In 1984 the Bóboli trademark was created, dedicated to designing and commercializing children's fashion. From 1990 onwards it was commercialized internationally. The attempt to strengthen its retail arm stretches back to 2000 with the aim of positioning the brand at the forefront of the childwear market.

Bóboli collections stand out for the intensity of the color, the prints and the innovative treatment of their fabrics. Color, fashion, design and quality are this brand's calling-card, a complete collection covering the needs of all children (from 0 mths to 16 yrs). These days Bóboli is present throughout 50 countries and in more than 1500 salespoints with 50 exclusive shops in Spain alone.



KALEIDOSCOPE

A l'estiu del 2014 de Bóboli tot és una autèntica explosió de color. Per a les nenes, les peces es presenten amb un gris fosc de fons, combinat amb vermells, verds, grocs, colors aigua i roses, en forma de ratlles i de llunes, per aconseguir un aire rocker. Les peces d'abric primaverals també són molt riques en decoració i molt combinades.

Per als nens, els colors també són alegres i molt sofisticats, amb tocs de jade i de groc per fer-los més actuals.

KALEIDOSCOPE

En el verano 2014 de Bóboli todo es una auténtica explosión de color. Para las niñas, las prendas se presentan con gris oscuro como fondo, combinado con rojos, verdes, amarillos, colores agua y rosas en forma de rayas y topes para conseguir un aire roquero. Las prendas de abrigo primaverales son también muy ricas en decoración y muy combinadas.

Para los niños, los colores son también alegres y muy sofisticados con toques de jade y amarillo para hacerlos más actuales.

KALEIDOSCOPE

Summer 2014 from Bóboli and everything is a veritable explosion of color. For girls, garments come with a dark grey background, combined with reds, greens, yellows, water and rose-colors coming in stripes and polka-dots with a hint of the rocker about them. Our spring outer-garments are also very rich in their decoration and very combinable.

For boys, the colors are also cheerful and very sophisticated with their touches of jade and yellow to make them more up-to-date.

Marca comercial / Commercial brand:
BÓBOLI

Adreça / Dirección / Address:
Av. President Companys, 16
08302 Mataró, Barcelona
+34 937 982 000

www.boboli.es
startextil@boboli.es
www.facebook.com/boboliclub
twitter.com/BoboliFashion

C Ó N D O R

12 · 07 · 2013 / 10.30h

Cóndor és una marca catalana que data de 1898 i és un referent en calceteria. Des de fa 6 anys, presenta col·leccions "look total" en moda infantil per a nens i nenes de 0 a 14 anys.

Actualment, té 6 botigues pròpies, treballa amb més de 3.000 clients multimarca a Espanya, i té com a principals mercats exteriors la Unió Europea, Rússia, els Estats Units, l'Amèrica Central i del Sud, el Japó i la Unió dels Emirats Àrabs.

Té una presència continuada a revistes especialitzades de moda i del món infantil. Col·labora amb Intermón Oxfam en la construcció d'una escola a Burkina Faso.

Cóndor realitza una col·lecció exclusiva per a la passarel·la 080 Barcelona Fashion, i comptarà amb la col·laboració especial de Beth Rodergas en la part de complementos i accessoris fets a mà.

Cóndor es una marca catalana que data de 1898 y un referente en calcetería. Desde hace 6 años presenta colecciones "look total" en moda infantil de 0 a 14 años.

En la actualidad tiene 6 tiendas propias, más de 3.000 clientes multimarca en España y los principales mercados exteriores son: Unión Europea, Rusia, Estados Unidos, América Central y del Sur, Japón y Unión de los Emiratos Árabes.

Tiene presencia continuada en revistas especializadas de moda y del mundo infantil. Colabora con Intermón Oxfam en la construcción de una escuela en Burkina Faso.

Cóndor realiza una colección exclusiva para la pasarela 080 Barcelona Fashion y contará con la colaboración especial de Beth Rodergas en la parte de complementos y accesorios realizados a mano.

Cóndor is a Catalanian brand which dates back to 1898 and reference hoisery. Since 2006 Cóndor has presented "total look" collections for children from birth to 14 years of age.

Currently, they have 6 of their own shops and more than 3000 multi brand clients in Spain. Their main export markets are EU, Russia, USA, Central and South America, Japan and the United Arab Emirates.

Cóndor constantly appears in fashion and children's fashion magazines. They are currently collaborating in the construction of a school in Burkina Faso with Intermon Oxfam.

Cóndor creates an exclusive collection for the 080 Barcelona fashion show with the special collaboration of Beth Rodergas in accessories.



LittleLia

Beth Rodergas, de 31 anys, combina la seva carrera com a músic amb la seva faceta d'actriu, de presentadora de televisió, i ara també de dissenyadora de complementos de nadó. En els darrers anys, ha publicat discos, ha fet una extensa gira de concerts, ha protagonitzat un musical i ha creat la seva marca LittleLia.

LittleLia

Beth Rodergas, de 31 años, combina su carrera como músico con su faceta de actriz, presentadora de televisión y, ahora también, como diseñadora de complementos para recién nacido. En los últimos años, ha publicado discos, ha hecho una extensa gira de conciertos, ha protagonizado un musical y ha creado su propia marca LittleLia.

LittleLia

Beth Rodergas, 31, combines her career as a musician with her role as an actress, TV presenter, and now as a baby accessory designer. In recent years, she has published records, has been on an extensive concert tour, starred in a musical and has created her own brand, LittleLia.

SINCE 1898
cóndor
BARCELONA



La Mediterrània de Còndor

La col·lecció Còndor Primavera/Estiu 2014 està inspirada en la costa mediterrània i en tot el que l'envolta: la brisa marina, les pinedes, les dunes, els núvols, les caletes de la platja, i els estampats mariners i liberty, que recorden les flors silvestres que creixen lliurement, com el romaní, la farigola, l'espígol, el xuclamel i la seva olor característica.

Predomini dels colors frescos:

blancs purs, roses, fúcsies, colors crema, ataronjats, vermells intensos, blaus mariners. En definitiva, colors clars i lluminosos, però a la vegada dolços. Teixits i voiles de cotó, viscoses, popelins, i també lli i lycres, que permeten formes simples, austeres, elegants i fresques amb un toc romàntic.

En aquesta col·lecció, comptem amb la col·laboració especial de "LittleLia by Beth" amb complements fets a mà. Col·lecció amb notes mediterrànies, amb tocs romàntics i amb una brisa d'aire fresc que arriba de la mà d'una paleta de colors vibrants i plens de llum. Col·lecció dissenyada i fabricada a Barcelona.

La Mediterránea de Còndor

La colección de Còndor para la Primavera/Verano 2014 está inspirada en la costa mediterránea y en todo lo que la envuelve: la brisa marina, las pinedas, las dunas, las nubes, las calitas de la playa, los estampados marineros y liberty, que recuerdan las flores silvestres que crecen libremente, como el romero, el tomillo, la lavanda, la madreselva y a su olor característico.

Predominio de colores frescos:

blancos puros, rosas, fucsias, colores crema, anaranjados, rojos intensos y azules marineros. En definitiva, colores claros y luminosos, pero dulces a la vez. Tejidos y voiles de algodón, viscosas, popelines, también lino y lycras, que permiten formas simples, austeras, elegantes y frescas, con un toque romántico.

En esta colección, contamos con la colaboración especial de "LittleLia by Beth" con complementos realizados a mano. Colección con notas mediterráneas, toques románticos y una brisa de aire fresco, que llega a través de una paleta de colores vibrantes y llenos de luz. Colección diseñada y fabricada en Barcelona.

"La Mediterrània" from Còndor

The Còndor Spring-Summer 2014 collection is inspired by the Mediterranean coast and everything that surrounds it: the sea breeze, pines, dunes, clouds, beach, nautical and liberty prints, which remind us wild flowers growing freely such as thyme, rosemary, lavender, honeysuckle and its characteristic aroma.

Predominant are the fresh colors: pur whites, pinks, fuchsias, cream colors, orangey, deep reds, nautical blue. Definitely light and luminous colors, but sweet at the same time. Designs in cotton, viscose, cotton voile, poplin, linen and lycra, enabling austere and simple forms, elegant and fresh, with a romantic touch.

For this collection, we count with the special collaboration of LittleLia by Beth with hand-made accessories. Collection with Mediterranean notes, romantic touches and a breeze of fresh air that comes from the hand of a palette of vibrant luminous colors. Collection designed and manufactured in Barcelona.

Marca comercial / Commercial brand:
Còndor

Adreça / Dirección / Address:
Rial de Sa Clavella, 89
08350 Arenys de Mar, Barcelona
+34 937 959 980

www.condor.es
mkt@condor.es
www.facebook.com/condormodainfantil
twitter.com/Condormoda

DESIGUAL

09 · 07 · 2013 / 20.30h

Desigual neix el 1984 i, des dels seus inicis, s'ha caracteritzat pels seus dissenys diferenciats, optimistes i plens de color. El seu lema, "La Vida es Chula", transmet la seva manera d'entendre la moda i la vida. És el crit de guerra de la marca, entusiasta, estimulant, positiu i optimista, una veritable declaració d'intencions. És la frase que explica la raó de ser de Desigual i que porta escrita l'ADN i els valors que l'identifiquen: tolerància, positivisme, compromís, innovació, millora contínua i diversió. Una manera de pensar marcada, inevitablement, per l'esperit mediterrani, pel sol, per la llum i per les ganes de viure. Una filosofia vital que es reflecteix en una manera de vestir divertida, fresca i original, que aposta sempre per una actitud alegre, lúdica i creativa.

Desigual nace en 1984 y, desde sus inicios, se ha caracterizado por sus diseños diferenciados, optimistas y llenos de color. Su lema, "La Vida es Chula", transmite su forma de entender la moda y la vida. Es el grito de guerra de la marca, entusiasta, estimulante, positivo y optimista, una verdadera declaración de intenciones. Es la frase que explica la razón de ser de Desigual y lleva inscrita el ADN y los valores que le identifican: tolerancia, positivismo, compromiso, innovación, mejora continua y diversión. Una forma de pensar que va, inevitablemente, marcada por el espíritu mediterráneo, el sol, la luz y las ganas de vivir. Una filosofía vital que se refleja en una forma de vestir divertida, fresca y original, apostando siempre por una actitud alegre, lúdica y creativa.

Desigual was founded in 1984 and, since its inception, has been characterized by its distinct designs which brim with optimism and are full of color. Their motto, "La Vida es Chula" (Life is a gas), conveys their understanding of fashion and life. It's the battle cry of the brand, enthusiastic, inspiring, positive and optimistic, a real statement of intent. It's the phrase that explains the reason for Desigual and is inscribed with the DNA and the values that identify it, tolerance, positivism, commitment, innovation, continuous improvement and fun. A way of thinking that is inevitably marked by the Mediterranean spirit, the sun, the light and the will to live. A philosophy of life which is reflected in a way of dressing fun, fresh and original, always committed to a cheerful attitude, playful and creative.

**FOR EVERYBODY**

Una col·lecció que respira emocions, pensada "FOR EVERYBODY". Un objectiu ambiciós però possible: seduir tot un extens món de dones interessants, divertides, amigables, amoroses, insolents... que busquen alguna cosa diferent, que busquen alguna cosa DESIGUAL.

Les propostes per a aquesta temporada segueixen defensant a ultrança el trio de conceptes més vitals, "SEX, FUN & LOVE", i irradien l'alegria, la passió, la il·lusió i l'emoció per la vida que caracteritzen Desigual i que resumeixen a la perfecció el seu lema "LA VIDA ES CHULA".

FOR EVERYBODY

Una colección que respira emociones pensada "FOR EVERYBODY". Un objetivo ambicioso pero posible: seducir a todo un extenso mundo de mujeres interesantes, divertidas, amigables, cariñosas, insolentes... que buscan algo diferente, que buscan algo DESIGUAL.

Las propuestas para esta temporada continúan defendiendo a ultranza el trío de conceptos más vitales, "SEX, FUN & LOVE", e irradian la alegría, la pasión, la ilusión y la emoción por la vida que caracterizan a Desigual y que resume a la perfección su lema "LA VIDA ES CHULA".

FOR EVERYBODY

A collection that breathes emotions. Designed "FOR EVERYBODY". An ambitious but achievable goal: seduce a whole wide world of women who are interesting, fun, friendly, loving, arrogant... looking for something different, looking for something DESIGUAL (UNEQUAL).

The proposals for this season continue to defend at all costs the trio of vital concepts, SEX, FUN & LOVE and radiate the joy, passion, enthusiasm and excitement for life that characterize Desigual and perfectly sums up their motto "LA VIDA ES CHULA" (LIFE IS A GAS).

Marca comercial / Commercial brand:
DESIGUAL

Adreça / Dirección / Address:
Passeig Mare Nostrum, 15
08039 Barcelona
+ 34 933 043 164

www.desigual.com
e.garcia@desigual.com
www.facebook.com/Desigual
twitter.com/Desigual

ESCORPION

12 · 07 · 2013 / 16.00h

Escorpion és la marca insígnia del grup Biosca Riera, una marca amb una llarga tradició en el sector del tèxtil, que data de l'any 1954. Especialitzada en moda de punt, sempre s'ha caracteritzat per utilitzar les últimes tecnologies i s'ha convertit en una marca de referència en el sector.

La nostra filosofia, fidel al punt, sempre ha apostat per la qualitat i per una extensa gamma de colors, i ha desenvolupat un concepte de moda que uneix tradició i modernitat. Els nostres dissenys es dirigeixen a una dona urbana, que valora la comoditat i la qualitat però que prioritza un estil elegant i seductor. Les nostres col·leccions poden trobar-se en espais multimarca d'arreu del món i també a còrners d'El Corte Inglés, a Espanya i a Portugal.

ESCORPION Styling by Visori
VISORIFASHIONART neix de la iniciativa de l'estilista Javier Soria, fruit del concepte híbrid de crear una simbiosis entre moda i art, doctrines en les quals es basen les seves creacions i el seu desenvolupament com a artista.

Javier Soria ha col·laborat i treballat amb dissenyadors de talla internacional, els seus estilismes i creacions han sigut publicats en portades i editorials de moda per revistes nacionals i internacionals com VOGUE NIPON, DAMAN INDONESIA, 160 G NY entre molts altres, i col·labora com a director artístic en la productora DEE BEE de Barcelona, on s'encarrega de tots els estilismes.

Entre els seus últims projectes destaca la col·laboració amb el dissenyador Víctor Pao per la firma Londinenca MARYMODÓ i la seva col·lecció d'hivern del 2012, que es va presentar a la passada edició de la "London Fashion Week".

Escorpion es la marca insígnia del grupo Biosca Riera, una marca con una larga tradición textil, que data del año 1954. Especializada en moda de punto, siempre se ha caracterizado por emplear las últimas tecnologías, convirtiéndose en una marca de referencia en el sector.

Nuestra filosofía, fiel al punto, siempre ha apostado por la calidad y por una extensa gama de colores, desarrollando un concepto de moda que aúna tradición y modernidad.

Las colecciones se dirigen a una mujer urbana que valora la comodidad y la calidad pero prioriza un estilo elegante y seductor. Nuestras colecciones pueden encontrarse en espacios multimarca distribuidos por todo el mundo y también en còrners de El Corte Inglés, en España y Portugal.

ESCORPION Styling by Visori
VISORIFASHIONART nace de la iniciativa del estilista Javier Soria fruto del concepto híbrido de crear una simbiosis entre moda y arte, doctrinas en las que se basan sus creaciones y su desarrollo como artista.

Javier Soria ha colaborado y trabajado con diseñadores de talla internacional, sus estilismos y creaciones han sido publicados en portadas y editoriales de moda para revistas nacionales e internacionales como VOGUE NIPON, DAMAN INDONESIA, 160 G NY entre muchos otros, y colabora como director artístico en la productora DEE BEE de Barcelona, donde se encarga de todos sus estilismos.

Entre sus últimos proyectos destaca la colaboración con el diseñador Víctor Pao para la firma Londinenca MARYMODÓ y su colección para el invierno del 2012, que se presentó en la pasada edición de la "London Fashion Week".

Escorpion is the Biosca Riera group's flagship brand, a brand with a long tradition in textiles, dating from 1954. Specializing in knitwear, it has always stood out for its use of the latest technology, making Escorpion a reference in the sector.

Our philosophy, loyal to knitwear, hinges on a commitment to quality and a wide range of colors, developing a concept which merges tradition and modernity.

The collections are aimed at the urban woman who values comfort and prioritizes seductive elegance. Our collections can be found at multi-brand distribution points as well as at El Corte Inglés in Spain and Portugal.

ESCORPION Styling by Visori
VISORIFASHIONART is born out of the initiative of the stylist Javier Soria and fruit of the hybrid concept of creating a symbiosis between fashion and art, doctrines that inspired his creations and his development as an artist. Javier Soria has collaborated and worked together with famous designers, his creations have been published on national and international fashion magazine covers and in fashion editorials such as VOGUE NIPON, DAMAN INDONESIA, 160 G NY among many others, on top of that he collaborates as the artistic director for the production company DEE BEE, in Barcelona. His latest projects: the collaboration with the designer Victor ODP for the London-based firm MARYMODÓ and his winter 2012 collection, which was presented during the last edition of "London Fashion Week".



for

escorpion

**TROBADES**

Viatjar implica moviment, no només físic sinó mental i emocional. És desafiar el llindar físic de la llunyania i acceptar la petjada d'altres cultures sobre nosaltres mateixos.

La nostra dona, al llarg dels seus viatges per Àfrica, el Mediterrani i Brasil, ha portat records que simbolitzen el seu pas, la seva estada. Com aquest estampat, aquest collar... és la terra, el mar, un capvespre enlluernador.

ENCUENTROS

Viajar implica movimiento, no solo físico sino mental y emocional. Es desafiar el umbral físico de la lejanía y aceptar la huella de otras culturas sobre nosotros mismos.

Nuestra mujer, a lo largo de sus viajes por África, el Mediterráneo y Brasil, ha traído recuerdos que simbolizan su paso, su estancia. Como este estampado, este collar, este color... es la tierra, el mar, un atardecer deslumbrante.

ENCOUNTERS

To travel implies movement, not just physical, but also mental and emotional. It is to challenge the physical threshold from the distance and to accept the impression that other cultures leave on us.

Our woman, during her journeys to Africa, the Mediterranean and Brasil, has brought back many memories that symbolize her passage, her visit. Like this print, this necklace, this colour... it is the earth, the sea, a dazzling sunset in the evening.

Marca comercial / Commercial brand:
Escorpion

Adreça / Dirección / Address:
c / València 229, Ppal
08007 Barcelona
+34 938 030 500

www.escorpion.com
info@escorpion.com

M A N G O

08 · 07 · 2013 / 20.30h

MANGO, la marca de moda espanyola amb més projecció internacional, va obrir la primera botiga el 1984, a l'emblemàtic Passeig de Gràcia de Barcelona.

Actualment, compta amb més de 2.600 punts de venda a 107 països. És la segona empresa exportadora de moda d'Espanya, i el seu concepte es basa en l'aliança entre un producte de qualitat, que segueix les últimes tendències, i un preu assequible.

La seva imatge de marca es veu reforçada pels punts de venda, que constitueixen la seva carta de presentació i creen un ambient dinàmic adient per a la personalitat del client.

MANGO, la marca de moda espanyola con más proyección internacional, abrió en 1984 la primera tienda en la emblemática calle del Paseo de Gracia de Barcelona.

Actualmente cuenta con más de 2.600 puntos de venta en 107 países. Es la segunda empresa exportadora de moda de España y su concepto se basa en la alianza entre un producto de calidad, que sigue las últimas tendencias, y un precio assequible.

Su imagen de marca está reforzada por los puntos de venta que constituyen su carta de presentación y crean un ambiente dinámico adecuado a la personalidad del cliente.

MANGO, the Spanish fashion brand with greatest international renown, opened its first shop in 1984 in Passeig de Gràcia, Barcelona.

Nowadays, MANGO has on more than 2.600 sale points in 107 countries. It is the second biggest Spanish fashion export company, and its philosophy is to combine good quality and trendy products with affordable prices.

Its brand image is reinforced by its retail stores, its finest calling card, that create a dynamic atmosphere matching their client profile.

H.I.E.
BY MANGO

MANGO

MANGO
Kids



ROCK IT UP

La nova temporada es caracteritza per un toc de hard rock, en què el negre és el protagonista absolut.

Per a les peces de cada dia, els motius tradicionals de l'armari masculí, com la ratlla diplomàtica, s'apliquen a les siluetes oversized, que s'aconsegueixen gràcies a la superposició de capes.

ROCK IT UP

La nueva temporada se caracteriza por un toque hard rock, en el que el negro es el protagonista absoluto.

Para las prendas de diario, los motivos tradicionales del armario masculino, como la raya diplomática, se aplican a siluetas oversized, que se consiguen gracias a la superposición de capas.

ROCK IT UP

The new season features a hard rock touch, in which black reigns supreme.

For everyday use, the traditional motifs of the male wardrobe, such as pinstripe, apply to oversized silhouettes that are achieved by overlapping layers.

Marca comercial / Commercial brand:
MANGO

Adreça / Dirección / Address:
c / Mercaders 9-11
(Pol. Ind. Riera de Caldes)
08184 Palau-Solità i Plegamans
Barcelona

+ 34 93 860 22 22
www.mango.com
lidia.meca@mango.com

NAU LOVER

12 · 07 · 2013 / 12.00h

Naulover és una empresa tèxtil fundada el 1957, establerta a Catalunya i dedicada exclusivament a la moda i als complements per a la dona.

Naulover dissenya i fabrica les seves peces de roba, accessoris i complements a les seves pròpies fàbriques de Mediona, amb una superfície de 9.000 m2, on dona feina a 170 persones.

L'any passat va inaugurar una flagship al costat del passeig de Gràcia de Barcelona, i compta amb una xarxa de més de 600 clients multimarca. Així mateix, distribueix les seves col·leccions a través de còrners d'El Corte Inglés i exporta els seus dissenys a països com Itàlia, el Regne Unit, Portugal, els Estats Units, Alemanya i Bèlgica, i, a més, disposa d'un canal de venda en línia (www.naulover.com/shop).

Naulover es una empresa textil fundada en 1957 afincada en Cataluña y dedicada exclusivamente a la moda y complementos de mujer.

Naulover diseña y fabrica sus prendas, accesorios y complementos en sus propias fábricas de Mediona, con una superficie de 9000m2 y da trabajo a 170 personas.

Cuenta con una flagship inaugurada el año pasado, junto al Paseo de Gracia en Barcelona y con una red de más de 600 clientes multimarca. Asimismo distribuye sus colecciones a través de corners en el Corte Inglés y exporta a países como Italia, Reino Unido, Portugal, USA, Alemania, Bélgica, además del canal de venta online (www.naulover.com/shop).

Founded in 1957 and located in Catalonia, Naulover is a textile company dedicated exclusively to women's fashion-wear and accessories.

Naulover design and manufacture in their own 9000 m2 installations in Mediona where they employ 170 people.

Their flagship store was inaugurated in Barcelona's Paseo de Gracia last year and they have of network of over 600 multibrand clients. Likewise they distribute their garments through "corners" in El Corte Inglés and export to Italy, The United Kingdom, Portugal, USA, Germany and Belgium as well as through their webstore at www.naulover.com/shop.

Naulover



Sea Punk

Una dona jove i conceptualment moderna. Inspirada en els colors del mar, barrejats amb la puresa del blanc i del texà envellit. És un nou aire punk. Una visió transgressora dels conceptes clàssics de la marca: qualitat, tradició i exquisidesa en la recerca de teixits. Peces clàssiques de Naulover portades d'una manera absolutament radical.

- Línies: una silueta més relaxada, en blanc òptic; faldilles fins als turmells, de jacquard de quadres, barrejades amb delicades camises de punt florals..
- Teixits: punt, en les seves diferents versions, roma, llis, estampat, jacquard...
- La paleta de colors prové del mar; blaus i aiguamarines barrejats amb el blanc òptic i el fluor.
- Formes: oversize, rectes, esportives i còmodes des del punt de vista de la costura.
- Conceptes: futurista, urbà, chic, global, clàssic.

Sea Punk

Una mujer joven y conceptualmente moderna. Inspirada en los colores del mar mezclados con la pureza del blanco y del tejano desgastado. Es un nuevo aire punk. Una visión transgresora de los conceptos clásicos de la marca: calidad, tradición y exquisitez en la búsqueda de tejidos. Prendas clásicas de Naulover llevadas de una forma absolutamente radical.

- Líneas: una silueta más relajada en blanco óptico; faldas hasta los tobillos en jacquard de cuadros, mezcladas con delicadas camisas de punto florales.
- Tejidos: punto en sus diferentes versiones: roma, liso, estampado, jacquard...
- La paleta de colores proviene del mar; azules y aguamarinas mezclados con el blanco óptico y el fluor. Los estampados son geométricos y florales. Siluetas: oversize, rectas, deportivas, cómodas, desde el punto de vista de la costura.
- Conceptos: futurismo, urbano, chic, global, clásico.

Sea Punk

A conceptually modern young woman. Inspired by the colors of the sea mixed with the purity of white and worn denim. A new punk look. A transgressive vision of the classical concepts of the brand: quality, tradition and excellence in the pursuit of textiles. Naulover classic garments worn in a completely radical new way.

- Lines: A relaxed silhouette in optical white, ankle-length skirts in mixed checks, jacquard knit shirts with delicate floral prints.
- Fabrics: Knitwear in its different versions: Ponte de Roma, plain, printed, jacquard...
- The color palette comes from the sea, blues and aquamarines, white mixed with optical white and fluorescent colors.
- Silhouettes: Oversize, straight, athletic, comfortable, from the point of view of the seam.
- Concepts: Futurism, urban, chic, global, classic.

Marca comercial / Commercial brand:
NAULOVER

Adreça / Dirección / Address:
c / Muntaner 240, 2n 2a
08021 Barcelona
+34 934 877 318

www.naulover.com
javier@naulover.com

P U N T O B L A N C O

12 · 07 · 2013 / 13.30h

Punto Blanco es dedica a la fabricació de mitjons d'alta gamma des del 1948 i està present en els mercats internacionals des del 1953.

Punto Blanco Underwear neix el 1996 amb l'objectiu de satisfer la necessitat d'incorporar l'element de la moda a la roba interior. Les seves peces, fabricades amb matèries primeres de màxima qualitat, fan evolucionar la roba interior, que passa de ser un commodity oblidat a ser un producte actual, al qual s'exigeixen unes característiques de patronatge i de disseny que el converteixen en un actor principal del món de la moda.

Som líders del sector en el món dels mitjons i oferim una col·lecció específica per a cada situació, amb materials de primera qualitat i tecnologia punta per proporcionar al mercat mitjons i roba interior que satisfan els usuaris més exigents.

Punto Blanco está dedicada a la fabricación de calcetines de alta gama desde 1948 y está presente en los mercados internacionales desde 1953.

Punto Blanco Underwear nace en 1996 con el objetivo de satisfacer la necesidad de incorporar el elemento moda en la ropa interior. Fabricado con materias primas de primera calidad, evoluciona el Underwear que pasa de ser un commodity olvidado a ser un producto actual, al que se le exigen unas características de patronaje y diseño que lo convierte en un actor principal del mundo de la moda.

Líderes de mercado en el mundo del calcetín, ofrecemos una colección específica para cada situación, con materias primas de primera calidad y tecnología punta para proporcionar al mercado calcetines y underwear que satisfacen a los usuarios más exigentes.

Punto Blanco has been making up-market socks since 1948 and has been present in the international market since 1953.

Punto Blanco Underwear was created in 1996 with the aim of satisfying the need to incorporate the element of fashion into underwear. Manufactured with top quality raw materials, underwear has evolved from a forgotten commodity into a product which answers to the demand for patterning and design, becoming the main actor in the world of fashion that it is nowadays.

Market leaders in the world of socks, we offer a specialized product for each situation, with top quality materials and the latest technology to satisfy the needs of even the most demanding users.



Culture Mix

La interacció global de les diferents cultures es fa cada vegada més multidimensional. La seva influència forma part de la nostra col·lecció i identitat, en què la diversitat coexisteix de forma enriquidora. Interconnectem i entrellacem, traspasant fronteres; la seva multiplicitat i fusió la converteix en un món més alegre. Com si fos un quadre tipus collage, tots els seus diferents elements fan, junts, una unió.

Culture Mix

La interacción global de las diferentes culturas se hace cada vez más multi-dimensional. Su influencia forma parte de nuestra colección e identidad, en las que la diversidad coexiste de manera enriquecedora. Interconectamos y entrelazamos, traspasando fronteras, su multiplicidad y fusión la convierten en un mundo más alegre. Como si fuera un cuadro tipo collage, todos sus diferentes elementos conforman juntos una unión.

Culture Mix

The interaction of the different global cultures is becoming more and more multi-dimensional and its influence through the coexistence of the diverse elements, forms part of our collection and identity. We interconnect and link, crossing frontiers and the resulting complexity and fusion makes for a happier world. As if it were a collage; all the different elements together create a union.

Marca comercial / Commercial brand:
Punto Blanco

Adreça / Dirección / Address:
Av. Balmes, 16
08700 Igualada, Barcelona
+34 938 035 252

www.puntoblanco.com
info@puntoblanco.com
www.facebook.com/puntoblanco
twitter.com/puntoblancom

SLAZENGER

12 · 07 · 2013 / 13.30h

Slazenger es va establir oficialment al 1881, tot i que les seves arrels es remunten a principis del segle XIX. La marca té una impressionant herència esportiva i és reconeguda per ser pionera en el desenvolupament de vàries disciplines. Tan sols quatre anys després de que All England Tennis and Croquet Club acollís el seu primer campionat, Slazenger va presentar el nou joc complet de tenis sobre gespa pel públic general amb un format similar a l'utilitzat també pel croquet.

Al 1902, Slazenger es va convertir en el patrocinador oficial i el proveïdor de pilotes dels campionats de Wimbledon, essent actualment el patrocinador més llarg de la història de l'esport. Al 1966 Slazenger va col·laborar amb Anglaterra durant el campionat de futbol, guanyat per l'equip local, actuant com a proveïdor oficial. De fet, Slazenger va crear una pilota taronja feta específicament pel torneig i ara aquesta es pot veure al FN National Football Museum de Preston.

A més a més del tennis, croquet i futbol, Slazenger ha creat una gran varietat d'equipaments per esports com el golf, criquet, bàdminton, pin pon, esquaix, paddle, hockey, tir a l'arc, tir al blanc, bitlles, vela i motos de trial, així com també ha col·laborat durant la Segona Guerra Mundial en la roba militar per l'exèrcit.

Per altra banda, esmentar els gran campions en esports com el tennis i el golf, entre ells Fred Perry o Severiano Ballesteros, respectivament, que han obtingut els seus èxits de la mà de la firma, el primer utilitzant les raquetes d'Slazenger i el segon vestint els seus jerséis i polos amb la clàssica pantera, logotip de la firma.

Slazenger se estableció oficialment en 1881, aunque sus raíces se remontan a principios del siglo XIX. La marca tiene una impresionante herencia deportiva y es reconocida por ser pionera en el desarrollo de varias disciplinas. Sólo cuatro años después de que el All England Tennis and Croquet Club acogiese su primer campeonato, Slazenger presentó el nuevo juego completo de tenis sobre césped para el público general haciendo un formato parecido también para el croquet.

En 1902 Slazenger se convirtió en el patrocinador oficial y proveedor exclusivo de las pelotas de los campeonatos de tenis de Wimbledon, siendo actualmente el spónsor más largo de la historia del deporte. En 1966 Slazenger colaboró en el Mundial de fútbol que se celebró en Inglaterra, ganado por el conjunto local, siendo el proveedor oficial del balón de dicho torneo. Slazenger creó una pelota naranja pensada específicamente para dicha competición y que ahora puede verse expuesta en el FN National Football Museum en Preston.

Además del fútbol y los dos deportes ya mencionados, el tenis y el croquet, Slazenger ha creado una gran variedad de equipamientos para el golf, el cricket, el bádminton, el ping pong, el squash, el paddle, el hockey, el tiro al arco, el tiro al blanco, los bolos, la vela y las motos de trial, así como también colaboró durante la Segunda Guerra Mundial en ropa militar para el ejército combatiente.

Además grandes campeones de tenis y de golf, entre ellos Fred Perry o Severiano Ballesteros, respectivamente, han obtenido sus éxitos de la mano de la marca, el primero con raquetas Slazenger y el segundo vistiendo en sus jerséis y polos la clásica pantera logotipo de la marca.

Slazenger was officially set up in 1881, although its roots go back to the early nineteenth century. The brand has an impressive sports legacy. Just four years later than the All England Tennis and Croquet club had hosted its first championship, Slazenger introduced the new full tennis set on grass for the general public with a format similar to the one also created for croquet.

In 1902 Slazenger became the official sponsor and the supplier of the tennis balls in Wimbledon championships, being today the longest sponsors-hip in the history of sport. In 1966 Slazenger collaborated in the World Championship celebrated in England, wined by the local team, and was Slazenger the official sponsor of the ball tournament. The brand created an orange ball specifically made for that tournament which can be seen today at the FN National Football Museum of Preston.

Besides tennis, croquet and football, Slazenger has also created a huge variety of sports equipments like golf, cricket, badminton, ping pong, squash, paddle, hockey, archery, shooting, bowling, sailing, and trial motorbike, as well as collaborated during the Second World War with the military uniforms for the army.

Also we can find great winners in tennis and golf, as Fred Perry and Severiano Ballesteros, gaining success together with the brand, the first one using Slazenger rackets and the second wearing clothes from the brand.



Slazenger Heritage Primavera – Estiu 2014

La col·lecció Primavera – Estiu 2014 d'Slazenger Heritage ve marcada per un estil molt concret. Les peces es simplifiquen, els estampats es contenen i tornen les samarretes en tons pastel, grocs, vermells i verds sempre entorn de tonalitats de blau.

El món de l'esport segueix inspirant als creadors i Slazenger Heritage no es queda enrere, marcant l'esperit de l'etern viatger, que s'imposa amb tons suaus, peces confortables i un marcat protagonisme dels jerséis, confeccionats amb teixits d'entretemps.

L'estiu és temps d'estampats, de trencar amb tota monotonia cromàtica i d'arriscar-se. Les ratlles han tornat amb força aquesta temporada i es presenten combinant diferents colors i estils.

Slazenger Heritage Primavera- Verano 2014

La colección Primavera- Verano 2014 de Slazenger Heritage viene marcada por un estilo concreto. Las prendas se simplifican, los estampados se contienen, regresan los polos en tonos pastel, amarillos, rojos y verdes pero todo se inclina ante las diferentes gamas de azul.

El mundo del deporte sigue inspirando a los creadores y Slazenger Heritage no se queda atrás, marcando el espíritu del eterno viajero que se impone pero con un toque suave, prendas cómodas y un marcado protagonismo de los jerséis, confeccionados con tejidos de entretiempo.

El verano es tiempo de estampados, de romper con la monotonia cromática y de arriesgar. Las rayas han vuelto con fuerza esta temporada y se presentan combinadas en diferentes colores y estilos.

Slazenger Heritage Spring-Summer 2014

The Slazenger Heritage Spring-Summer '14 collection has a very particular style. The garments are simplified and prints contained. The brand returns to the polos using pastels, yellows, reds and greens but all bow to different ranges of blue.

The sports world continues inspiring creators and Slazenger is not far behind, pushing the spirit of the traveler but with a soft, comfortable clothing and also making force on jumpers.

Summer is the time for prints, which break up the monotony taking risks mixing colours. The stripes are back in force this season and are combined in different colours and styles.

Marca comercial / Commercial brand:
Slazenger

Adreça / Dirección / Address:
Bisbe Serra, 13 apartat 290
17800 Olot, Girona
+34 972 262 262

www.slazenger.com
pedidos@selecmoda.com

T O R R A S

12 · 07 · 2013 / 12.00h

Torras, fundada el 1951, ha basat la seva excel·lència en la innovació, en la passió i en l'autenticitat per dissenyar i fabricar peces de vestir, en què es combinen la pell i el punt. Aquesta forma d'entendre la moda, passa per incorporar els materials de més alta qualitat de pell, de cotó, de seda, de lli, de caixmir i de llana, amb els quals s'obtenen productes elegants i exclusius.

Torras dissenya per a l'home i per a la dona amants de la moda, dels viatges, del luxe serè, i que volen transmetre una imatge atractiva, dinàmica i amb personalitat.

L'empresa, ubicada a Caldes de Montbui, compta amb un equip de 40 persones, que fa possible que els processos de disseny, de creació, de prototipatge, de fabricació i de comercialització estiguin cuidats fins al mínim detall. La marca Torras és present en de més de 50 països.

Juanmabyelcuco

(Juanma Granero Fernández, 1978)
Cursa els seus estudis de disseny de moda i d'estilisme d'indumentària a l'escola d'arts i oficis artístics Llotja de Barcelona, juntament amb alumnes com Txell Miras o Juan Antonio López. Es desenvolupa com a estilista, i crea les seves primeres col·leccions i il·lustracions al taller de Josep Font, per a la seva marca d'alta costura i prêt-à-porter. També realitza treballs de patronatge per a diferents dissenyadors, feina que alterna amb tasques d'estilisme per a revistes nacionals i internacionals. Entre els anys 2004 i 2013, presenta nombroses col·leccions a les diferents passarel·les de Madrid, Cadis, València i Barcelona, i col·labora en l'escenificació de la desfilada de la col·lecció "TORRAS WORLD. spring/summer 2014".

Torras, fundada el 1951, ha basado su excelencia en la innovación, la pasión y la autenticidad por diseñar y fabricar prendas de vestir, combinando la piel y el punto. Esta forma de entender la moda, pasa por incorporar los materiales de más alta calidad n piel, algodón, seda, lino, cachemira y lana, obteniendo productos elegantes y exclusivos.

Torras diseña para el hombre y para la mujer que gustan de la moda, los viajes, el lujo sereno, y quieren transmitir una imagen atractiva, dinámica y con personalidad.

La empresa, ubicada en Caldes de Montbui, cuenta con un equipo de 40 personas, que hace posible que los procesos de diseño, creación, prototipado, fabricación y comercialización, estén cuidados hasta el mínimo detalle. La marca Torras está presente en más de 50 países.

Juanmabyelcuco

(Juanma Granero Fernández, 1978)
Cursa sus estudios de diseño de moda y estilismo de indumentaria en la escuela de artes y oficios artísticos Llotja de Barcelona, junto con alumnos como Txell Miras o Juan Antonio López. Evoluciona como estilista, creando sus primeras colecciones e ilustraciones en el taller de Josep Font, para su marca de alta costura y prêt-à-porter. Realiza, también, trabajos de patronaje para diferentes diseñadores, faena que alterna con tareas de estilismo para revistas nacionales e internacionales. Entre los años 2004 y 2013, presenta numerosas colecciones en las diferentes pasarelas de Madrid, Cádiz, Valencia y Barcelona, colaborando en la escenificación del desfile de la colección "TORRAS WORLD. spring/summer 2014".

Torras, founded in 1951, has based its excellence on innovation, authenticity and a passion for designing and manufacturing clothing, combining leather and knitwear. This way of understanding fashion involves incorporating the highest quality materials in leather, cotton, silk, linen, cashmere and wool, obtaining exclusive and elegant products.

Torras designs for men and women who like fashion, travel, sober luxury, and who want to convey an attractive image and dynamic personality.

The company, located in Caldes de Montbui, has a team of 40 people, which makes it possible that the design processes, creation, prototyping, manufacturing and marketing, are taken care of with painstaking detail. The Torras brand is present in over 50 countries.

Juanmabyelcuco

(Juanma Granero Fernández, 1978)
He studies fashion design and styling of clothing at the Llotja School of arts and crafts in Barcelona, along with students like Txell Miras and Juan Antonio Lopez. He develops as stylist, creating his first collections and illustrations in the workshop of Josep Font for his brand of haute couture and prêt-à-porter. He also does pattern designs for other clients, a job he juggles with styling for national and international magazines. Between 2004 and 2013, he presents many collections at various fashion shows in Madrid, Cadiz, Valencia and Barcelona, and collaborates in the staging of the parade for the "TORRAS WORLD. spring/summer 2014" collection.

www.juanmabyelcuco.com
www.junmg.blogspot.com.es
studio@elcuco / 08032 Barcelona
www.facebook.com/juanmabyelcuco



TORRAS



The Authentic Me

La col·lecció se centra en les línies entallades, però respecta sempre el moviment natural del cos. S'hi imposen els blaus i els colors terra, com el cru, el beix, el marró o el camel, que realcen aquest aire calmat i relaxat de la col·lecció, però alhora conviuen amb altres colors més vius, com l'ocre, el verd militar o el taronja.

La protagonista és la peça curta feta amb matèries d'aire soft. Pells suaus, fines i lleugeres, matèries primeres naturals i nobles, com el lli i el cotó, predominen per sobre de les matèries sintètiques i llises. Prenen gran importància les perforacions i els gravats amb làser, realitzats sobre ant i napa, així com els calats en punt de galga fina, que actuen com una segona pell i que proveeixen les peces d'un aire més fresc.

The Authentic Me

La colección se centra en las líneas entalladas pero siempre respetando el movimiento natural del cuerpo. Se imponen los azules y colores tierra como el crudo, el beige, el marrón o el camel realzando el aire calmado y relajado de la colección, pero a la vez conviven con otros colores más vivos como el ocre, el verde militar o el naranja.

La protagonista es la prenda corta, hecha con materias de aire soft. Pielles suaves, finas y ligeras, materias primas naturales y nobles, como el lino y el algodón, predominan por encima de las materias sintéticas y lisas. Cogen importancia los perforados y grabados con láser, realizados sobre ante y napa, así como los calados en punto de galga fina, que actúan como una segunda piel, procurando a las prendas un aire más fresco.

The Authentic Me

Collection centers on carved lines whilst always respecting the natural movement of the body. Blues and earth tones such as crude, beige, brown or camel dominate, enhancing the calm and relaxed air of the collection all the while coexisting with other more vibrant colors like ochre, green or military orange.

The protagonist is the short piece made of materials with a soft air. Soft, thin and light hide, noble natural materials such as linen and cotton prevail over the smooth and synthetic materials. Engraved and perforated suede and nappa leather take on great importance as well as fretwork in fine gauge point, like a second skin, giving the pieces a cooler air.

Marca comercial / Commercial brand:

TORRAS

Styling by Juanma by el Cuco

Adreça / Dirección / Address:

Granollers, 10

08140 Caldes de Montbui

+34 93 862 75 33

www.torras.com

info@torras.com

www.facebook.com/TorrasWorld

twitter.com/TorrasWorld

Y E R S E

11 · 07 · 2013 / 10.30h

Yerse va ser fundada per Lluís Generó i Domènech, l'any 1964, a Sabadell, i ha liderat la moda de gèneres de punt durant molts anys.

Quaranta anys després, Yerse experimenta una gran transformació cap a la consecució d'uns objectius de negoci ambiciosos. Per això s'ha adaptat als nous temps i ha seguit una estratègia de diversificació de negoci, basada en el disseny i en la innovació.

Avui, les nostres col·leccions es venen a més de 1.200 punts de venda a Espanya i a la resta d'Europa. Es distribueixen a botigues multimarca, a dues botigues pròpies i a espais propis en grans magatzems, com El Corte Inglés.

Compta amb dues col·leccions de temporada, amb dues col·leccions càpsula (Super Summer i Special Edition), i amb una col·lecció de complements.

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

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

Hoy, nuestras colecciones se venden en más de 1.200 puntos de venta en España y resto de Europa. Se distribuye en tiendas multimarca, dos tiendas propias y espacios propios en grandes almacenes como El Corte Inglés.

Cuenta con dos colecciones de temporada, dos colecciones cápsula (Super Summer y Special Edition), más una colección de complementos.

Yerse was founded by Lluís Generó i Domènech in 1964 in Sabadell and was the leading knitwear brand for many years.

Forty years later, Yerse undergoes a major transformation towards the achievement of some very ambitious business objectives and in order to do so, has adapted to the new times, following a strategy of business diversification based on design and innovation.

Today our collection are sold through over 1 200 points of sale in Spain and the rest of Europe. We distribute through multi-brand stores, two stores of our own and brand spaces in department stores like El Corte Inglés.

We put out two seasonal collections, two capsule collections (Super Summer and Special Edition) plus a collection of accessories.

Yerse

SINCE 1964

CALIFORNIAN DREAM

Ens perdem en el Californian dream dels anys 60. Seguim un estil de vida relaxat, proper a la natura. La llum de les platges californianes ens inunda de suaus colors pastel: el crema, el blau cel, el verd aigua, el rosa, el lavanda i un toc de llimonada. Són colors molt blanquejats, quasi translúcids, que a vegades ens sorprenen amb un lleuger toc fluor.

És un estiu nostàlgic, amb estampats florals vintage i teixits que es tenyeixen mitjançant processos artesanals, com ikats i tie-dye. L'indi apareix en totes les seves versions. Les peces s'adornen amb brodats ètnics inspirats en el surf. Les puntes i les randes traspintades hi aporten el toc més femení i transmeten un cert aire hippy.

CALIFORNIAN DREAM

Nos perdemos en el Californian Dream de los 60's. Seguimos un estilo de vida relajado, cercano a la naturaleza. La luz de las playas californianas nos inunda de suaves colores pastel. Crema, azul cielo, verde agua, rosa, lavanda y un toque de limonada. Son colores muy blanqueados, casi translúcidos que a veces nos sorprenden con un leve toque fluor.

Es un verano nostálgico, con estampados florales vintage, tejidos que se tiñen en procesos artesanales como ikats y tie-dye. El indigo aparece en todas sus versiones. Las prendas se adornan con bordados étnicos inspirados en el surf. Puntillas y encajes delavados, aportan el toque más femenino y transmiten un cierto aire hippy.

CALIFORNIAN DREAM

We lose ourselves in the Californian Dream of the 60's. We follow a relaxed lifestyle close to nature. The light of the California beaches floods us with light pastel colors. Cream, sky blue, water green, pink, lavender, and a touch of lemonade. Faded colors, almost translucent, which at times surprise us with light fluorescent touches.

It is a nostalgic summer, with floral and vintage prints, fabrics dyed in manual processes like ikat and tie-dye. Indigo appears in all its versions. The garments are adorned with ethnic embroidery inspired by the surf culture. Half washed frills and furbelows lend a more feminine touch and a certain hippy air.

Marca comercial / Commercial brand:
YERSE

Adreça / Dirección / Address:
Carretera Terrassa, 263
08205 Sabadell, Barcelona
+34 937 451 700

www.yerse.com
noemi@yerse.com
www.facebook.com/yerse.fans
twitter.com/YERSE_moda



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

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

Les empreses que actualment formen part de clúster (Julio 2013) són 98 i generen una facturació agregada de 1000 milions d'euros, tenen presència comercial en més de 200 països i ocupen a més de 5.000 professionals.

A Catalunya existeix un potent ecosistema tèxtil-moda format per més de 1.700 empreses i 100.000 professionals, incloent-hi la distribució tèxtil que representa el 4,6% del PIB industrial i el 1,49% del PIB general català. Aquest ecosistema s'estructura mitjançant empreses industrials, marques de moda, distribuïdors, escoles de disseny i un important talent creatiu que, en el seu conjunt, contribueixen al desenvolupament econòmic i social del país i a la imatge que donem a l'exterior.

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

El Cluster Textil y Moda de Cataluña, es una organización sin ánimo de lucro, que fue creada en el año 2011 y que pretende integrar todas las empresas que desarrollan su actividad alrededor del negocio de la moda y del textil en Catalunya.

La finalidad principal de la entidad es fomentar la competitividad de las empresas del clúster textil, confección y moda de Catalunya mediante la cooperación entre empresas y profesionales, la promoción de servicios e iniciativas de internacionalización, formación, investigación, desarrollo e innovación, así como cualquier otra iniciativa orientada a la mejora competitiva.

Las empresas que actualmente forman parte del clúster (Julio 2013) son 98 y generan una facturación agregada de 1000 millones de euros, tienen presencia comercial en más de 200 países y ocupan a más de 5.000 profesionales.

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

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

The Catalan Fashion and Textile Cluster is a non-profit-making Catalan organization, created in 2011, trying to integrate all the companies that develop the textile and fashion industry in Catalonia.

The mission of this entity is to make impulse to the businesses competitiveness in the textile, apparel and fashion industry in Catalonia and to offer valuable assets to the firms and professionals included in this sector, through individual and collective initiatives as internationalization, training, research, development and innovation, and any other initiative orientated to the competitive improvement.

98 companies belong to the Cluster (date July 2013). They generate an added turnover of 1 billion Euros, maintain a commercial network around more than 200 countries and occupy 3.000 professionals.

In Catalonia exists a powerful textile-mode ecosystem with more than 1.700 companies and 100.000 professionals, including the textile distribution, that represents 4,6 % of the industrial GDP and 1,49 % of the general Catalan GDP. This ecosystem is structured by means of industrial companies, fashion brands, distributors, schools of design and a powerful, creative talent. All of them contribute to the economic and social development of the country and to improve our international image.

The Cluster statement in cooperation with other public and private entities, must facilitate the increase of the economic activity, occupation, knowledge transfer in between creativity and industry, and to improve the image of the brand Catalunya in Europe as a leader country in the creative and fashion European industry

MODAFAD

11 · 07 · 2013 / 21.00h

MODAFAD Fashion Awards.
Desfilada "The Best Fashion
T_Projects 2013".

35ª Edició de MODAFAD,
la passarel·la de Dissenyadors
de moda Emergents, presenta
el dijous 11 de juliol a les 21.15h:

MODAFAD FASHION AWARDS
"The Best Fashion_T Projects 2013",
en el marc de la 080 Barcelona
Fashion Week.

- Dijous 11 de juliol
- 21:15h Desfilada Projecte T:
The Best Fashion Projects 2013
- 22h MODAFAD Fashion Awards
- 22:30h Post Awards Celebration
with Moritz

MODAFAD Fashion Awards
Desfile "The Best Fashion
T_Projects 2013".

35ª Edición de MODAFAD,
la pasarela de Diseñadores de moda
Emergentes, presenta el jueves
11 de Julio, a las 21.15h:

MODAFAD FASHION AWARDS
"The Best Fashion T_Projects 2013",
en el marco de la 080 Barcelona
Fashion Week.

- Jueves 11 Julio 2013
- 21.15h Desfile Projecte T:
The Best Fashion Projects 2013
- 22h MODAFAD Fashion Awards
- 22:30h Post Awards Celebration
with Moritz

MODAFAD Fashion Awards.
Fashion Show "The Best Fashion
T_Projects 2013".

35th Edition of MODAFAD,
the catwalk of fashion emerging
designers, presents, on Thursday
11th July, at 21.15h:

MODAFAD FASHION AWARDS
"The Best Fashion T_Projects 2013",
in the framework of the
080 Barcelona Fashion Week.

- Thursday 11th July
- 21.15h Fashion Show Projecte T:
The Best Fashion Projects 2013
- 22h: MODAFAD Fashion Awards
- 22:30h Post Awards Celebration
with Moritz

moda

fad



Dep. premsa / Dep. Prensa / Press DP:
Cristina Gosálvez
cgosálvez@fad.cat
934 437 520

MODAFAD / FAD – Foment de les Arts i el Disseny
www.modafad.org

L I T T L E

L I T T L E B A R C E L O N A
L E S M I L L O R S M A R Q U E S E N U N S A L Ó Ú N I C

14 - 15 / 07 / 2013

Edifici DHUB

080
BARCELONA
FASHION

L I T T L E

Little Barcelona va néixer el febrer del 2012 amb un objectiu principal: reunir, en un mateix espai, la millor selecció de firmes dedicades a l'univers infantil, que, pel seu estil marcadament innovador, no trobaven, a Espanya, el saló professional idoni per mostrar els seus productes.

En aquella primera edició, vam reunir principalment firmes del sector de la moda, tot i que també vam rebre algunes firmes d'altres àmbits relacionats amb el món infantil, que, a partir de la nostra segona edició (juliol 2012), van tenir més presència i continuen creixent en participació.

La que serà la quarta edició de Little Barcelona tindrà lloc els propers 14 i 15 de juliol al nou Dhub (Disseny Hub Barcelona) de la plaça de les Glòries Catalanes, i repetirà, així, la ubicació del febrer passat.

En un moment econòmic complicat, amb una situació general molt difícil, a Little Barcelona seguim gaudint d'un ambient ple d'optimisme contagiós. Tenim la sort de comptar amb fantàstiques novetats, amb marques joves dirigides per nous emprenedors plens d'idees i de professionalitat. També acollim multitud de noves firmes internacionals, que confien en el nostre saló per donar a conèixer els seus productes i que fan que Little Barcelona s'obri, poc a poc, un espai prestigiós a l'univers infantil, i que aporten innovació, qualitat i frescor al mercat infantil.

El format de Little Barcelona com a saló és el fruit de les nostres pròpies experiències, bones i dolentes, com a professionals del sector. Hem visitat i hem participat en molts altres salons professionals, i això ens ha ajudat a definir el que volíem de fos Little Barcelona.

El nostre objectiu és projectar una imatge molt clara, amb les prioritats del disseny, l'originalitat i, sobretot, la qualitat en absolutament tots els aspectes, des de la selecció de marques participants fins als serveis per a visitants i expositors, passant per l'elecció de la nostra ubicació, sempre en espais emblemàtics i amb característiques especialment atractives.

En aquesta propera edició, comptarem de nou amb un espai lúdic obert al públic i independent del saló professional, en què els nostres veritables clients, els nens, coneixeran i gaudiran de les firmes de Little Barcelona d'una forma divertida, mitjançant jocs, tallers i activitats.

Organized by:

Ana Castán Puente

+34 687 719 902

info@littlebarcelona.com

www.littlebarcelona.com

BARCELONA

LITTLE BARCELONA
LAS MEJORES
MARCAS EN UN
SALÓN ÚNICO

Little Barcelona nació en febrero del 2012 con un objetivo principal: reunir, en un mismo espacio, la mejor selección de firmas dedicadas al universo infantil, que, por su estilo marcadamente innovador, no encontraban, en España, el salón profesional idóneo para mostrar sus productos. En aquella primera edición, reunimos principalmente firmas del sector de la moda, aunque también recibimos otras firmas de ámbitos relacionados con el mundo infantil, que, a partir de nuestra segunda edición (julio del 2012), tuvieron más presencia y continúan creciendo en participación.

La que será la cuarta edición de Little Barcelona tendrá lugar los próximos 14 y 15 de julio en el Dhub (Disseny Hub Barcelona) en la plaça de les Glòries Catalanes, y repetirá, así, la ubicación del pasado febrero.

En un momento económico complicado, con una situación general muy difícil, en Little Barcelona seguimos disfrutando de un ambiente lleno de optimismo contagioso. Tenemos la suerte de contar con fantásticas novedades, con marcas jóvenes dirigidas por nuevos emprendedores llenos de ideas y de profesionalidad. También acogemos multitud de nuevas firmas internacionales, que confían en nuestro salón para dar a conocer sus productos y que hacen que Little Barcelona se abra, poco a poco, un espacio prestigioso para el universo infantil, y que aportan innovación, calidad y frescor al mercado infantil.

El formato de Little Barcelona como salón es el fruto de nuestras propias experiencias, buenas y malas, como profesionales del sector. Hemos visitado y hemos participado en muchos otros salones profesionales, y esto nos ha ayudado a definir lo que queríamos que fuera Little Barcelona.

Nuestro objetivo es proyectar una imagen muy clara, priorizando el diseño, la originalidad, y, sobre todo, la calidad en absolutamente todos los aspectos, desde la selección de marcas participantes hasta los servicios para visitantes y expositores, pasando por la elección de nuestra ubicación, siempre en espacios emblemáticos y con características especialmente atractivas.

En esta nueva edición, contaremos de nuevo con un espacio lúdico abierto al público e independiente del salón profesional, en el que nuestros verdaderos clientes, los niños, conocerán y disfrutarán de las firmas de Little Barcelona de una forma divertida, a través de juegos, talleres y actividades.

LITTLE BARCELONA
THE BEST BRANDS
UNDER
ONE ROOF

Little was founded in Barcelona in February 2012 with one main goal: gather in one place the best selection of firms involved in the world of children's wear. Because of our markedly innovative style, we could not find the ideal trade show at which to display our products in Spain.

In that first edition we gathered mainly firms from the fashion industry, but we also played host to some firms from other fields related to the world of children who from our second edition (2012) started having more presence and their participation continues to grow.

What will be the fourth edition of Little Barcelona will take place on 14 and 15 July in the new Dhub (Design Hub Barcelona) at Plaça de les Glòries Catalanes, repeating last February's location.

At a difficult economic time with a situation generally very difficult, at Little Barcelona we are still enjoying an atmosphere full of infectious optimism. We are fortunate to have great new features, new brands led by young entrepreneurs full of ideas and professionalism. We also welcome a host of new international firms who rely on our show to publicize their products thereby making Little Barcelona open, slowly, an increasingly well known area within the world of children providing innovation, quality and freshness to the children's market.

The format of Little Barcelona show is the result of our own experiences, good and bad as professionals. We have visited and participated in countless other trade shows, and this has helped us define what we wanted Little Barcelona to be.

Our objective is to project a very clear picture, prioritizing design, originality and above all quality in absolutely every aspect, from the selection of participating brands and services for visitors and exhibitors, to choosing our location, always emblematic spaces with especially attractive features.

In this next edition will have a new play area open to the public independent from the professional salon where our true customers, the children, will get to know and enjoy the firms of Little Barcelona in a fun way, through games, activities and workshops.

M A R X A N D A T G E

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



Preu / Precio / Price : 15€



Preu / Precio / Price : 15€

Disseny / Diseño / Design: Eva Anguita



Preu / Precio / Price : 5€



Preu / Precio / Price : 5€

M E R C H A N D I S I N G

Disseny guanyador de l'edició Tardor/Hivern
2012-13, realitzat per Laura Vaquero.

Diseño ganador de la edición Otoño/Invierno
2012-13, realizado por Laura Vaquero.

Winner design Autumn/Winter 2012-13 by Laura Vaquero.



Preu / Precio / Price : 20€

Disseny guanyador de l'edició Primavera/Estiu
2013, realitzat per Maria Vázquez.

Diseño ganador de la edición Primavera/Verano
2013, realizado por María Vázquez.

Winner design Spring/Summer 2013 by Maria Vázquez.



Preu / Precio / Price : 20€

Disseny guanyador de l'edició Tardor/Hivern
2013-14, realitzat per Marta Ortí Raspall.

Diseño ganador de la edición Otoño/Invierno
2013-14, realizado por Marta Ortí Raspall.

Winner design Autumn/Winter 2013-14 by Marta Ortí Raspall.



Preu / Precio / Price : 25€

ELITE MODEL LOOK CASTING2013

Nº1 MODEL SEARCH WWW.ELITEMODELLOOK.ES

elite
MODEL LOOK
ESPAÑA
TRESemmé

INSCRÍBETE EN FACEBOOK - ELITE MODEL LOOK ESPAÑA

080
BARCELONA
FASHION

SEAT @Mii

URBAN&CHIC

por 7.500€



ENJOYNEERING

SACA TU LADO MÁS URBANO Y CHIC

Presentamos el coche más chic y urbano de la gama SEAT, el SEAT @Mii. Equipado con todo lo que necesitas para disfrutar de la ciudad al máximo. **Saca tu lado más Urban-Chic con el SEAT @Mii.**

- / SEAT Portable System: Navegador + Bluetooth® con audio streaming + Pantalla táctil a color
- / Aire Acondicionado
- / Llantas de aleación blancas de 14"

- / Radio CD-MP3 con Aux-in y 6 altavoces
- / Cierre centralizado con mando a distancia
- / Asistente de arranque en pendiente
- / Volante y pomo de cambio en piel

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

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

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

SEAT.ES/@Mii

SEAT
recomienda



Consumo medio combinado de 4,1 a 4,7 l/100 km. Emisiones de CO₂ de 96 a 108 g/km.

PVP recomendado para Península y Baleares para SEAT Mii 1.0 44 kW (60 cv) @Mii: 7.500 € (incluye IVA, impuesto de matriculación, transporte, descuento promocional y Plan PIVE). Oferta válida hasta el 31/07/2013 para clientes particulares que entreguen un vehículo usado de un mínimo de 10 años y financien a través de Volkswagen Finance SA EFC según condiciones contractuales un capital mínimo de 6.000 €, con una permanencia mínima de la financiación de 36 meses. Campaña incompatible con otras ofertas financieras. Imagen acabado @Mii.

WWW.SOLANDECABRAS.ES

twitter @SOLAN_DE_CABRAS

FACEBOOK.COM/SOLANDECABRAS



SIGUENOS EN:



DONDE LA PUREZA
SE CONVIERTE EN AGUA



Mucho Más que Agua

2013/2014 AUTUMN/WINTER COLLECTION
BY GUIDO PALAU. REDKEN GLOBAL STYLING DIRECTOR



BARCELONA
FASHION & TREND
FESTIVAL
15/16 SEPT.
2013

080
BARCELONA
FASHION

SWIMWEAR
FASHION
SHOW
GRAN
CANARIA
BOCA
CALDA



PELUQUERO OFICIAL DE LAS PASARELAS DE MODA

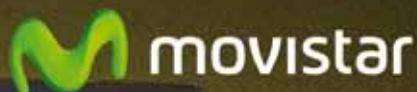
GET INSPIRED. BE PART OF IT.

WWW.REDKEN.COM.ES



REDKEN

5TH AVENUE NYC



Compartida, la vida és més.

Movistar Cero amb Spotify

Parla, navega i emporta't la teva música a tot arreu.

Per només

13,99€/mes
+ IVA.

Spotify Premium amb un 40 % de dte.
500 MB de navegació
Trucades nacionals a 0 ct./min

1004
Botigues Movistar
www.movistar.es

El Duo que esperaves.



Telefónica

MOBILE
WORLD CAPITAL
BARCELONA

Contrato Movistar Cero: cuota mensual 10,89 €. Incluye: trucadas a 0 ct./min i establiment de trucada a 18,15 ct.. Internet mòbil il·limitat (500 MB a màxima velocitat) i 500 SMS. Durada màxima de la trucada: 120 minuts a 0 ct./min, excessos a 18,15 ct./min. Quota d'alta a Contrato Movistar Cero: 18,15 €. Sense quota d'alta per a noves altes a contracte, altes amb portabilitat de número a contracte i canvis de targeta a contracte. Vàlid per a trucades, SMS i connexió a territori nacional. Preus amb IVA inclòs, vàlid a la península i a les Balears. Consulteu els preus per a les Canàries, Ceuta i Melilla. Amb permanència de 18 mesos a Movistar contrato (100 € de penalització en cas d'incompliment). No s'apliquen les condicions del Programa de Puntos i Zona Azul. Descompte del 40 % en Spotify Premium per ser client mòbil Movistar, durant 24 mesos des de la data d'alta al servei. Preu amb promoció Movistar 6,04 €/mes IVA inclòs. Preu del Servei Spotify Premium sense promoció 9,99 €/mes IVA inclòs.

ASUS recomienda Windows 8.



ASUS VivoBook

TÁCTIL · EL MUNDO AL ALCANCE DE TUS MANOS

ASUS VIVOBOK S500, EL INCREÍBLE ULTRABOOK™ INSPIRADO POR INTEL®

INTERACCIÓN
INTUITIVA

asus
DESIGN

MOVILIDAD
CON ESTILO



TECNOLOGÍA
SONICMASTER



REANUDACIÓN
EN 2 SEGUNDOS



www.asus.es



Solo algunos modelos ASUS VivoBook son Ultrabook™. Las especificaciones pueden variar según el modelo. Recomendamos que compruebes las especificaciones concretas en tu tienda habitual.

MAQUILLAJE DE MAC

Fundada a Toronto (Canadà) al 1984, avui M·A·C forma part de l'empresa Estée Lauder i està considerada com a una de les marques més influents i destacades de la indústria cosmètica. Creada per a satisfer les necessitats dels maquilladors professionals, M·A·C s'ha convertit en la primera marca de maquillatge professional que arriba al punt de venda. L'èxit de M·A·C és gràcies tant al talent artístic i professionalitat dels seus maquilladors com a les fórmules innovadores, colors i textures úniques dels seus productes.

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

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

M·A·C també està involucrada en causes socials. Així, al 1994 es va crear el "Fons M·A·C de lluita contra la sida", al que es destina el 100% de les vendes de les barres de llavis i gloss Viva Glam i les targetes de felicitació "Kids Helping Kids". Gràcies a aquesta campanya, avui en dia s'han aconseguit recaptar més de 250 milions de dòlars al voltant del món per a ajudar a homes, dones i nens afectats per la SIDA/VIH.

Fundada en Toronto (Canadà) en 1984, hoy M·A·C forma parte de la compañía Estée Lauder y está considerada como una de las marcas más influyentes y destacadas de la industria cosmética. Creada para satisfacer las necesidades de los maquilladores profesionales, M·A·C se ha convertido en la primera marca de maquillaje profesional que llega al punto de venta. El éxito de M·A·C se debe tanto al talento artístico y profesionalidad de sus maquilladores como a las fórmulas innovadoras, colores y texturas únicas de sus productos.

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

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

M·A·C también está involucrada en causas sociales. Así, en 1994 se creó el "Fondo M·A·C de lucha contra el sida", al que se destina el 100% de las ventas de las barras de labios y brillos Viva Glam y las tarjetas de felicitación "Kids Helping Kids". Gracias a esta campaña, a día de hoy se han conseguido recaudar más de 130 millones de dólares alrededor del mundo para ayudar a hombres, mujeres y niños afectados por el SIDA/VIH.

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 \$250 million for men, women and children affected by AIDS.

Per a més informació:
www.maccosmetics.es

Para más información:
www.maccosmetics.es

More information:
www.maccosmetics.es



PASSIONNÉ DE SPORT
DEPUIS 1882

Le Coq Sportif
C/ Boters, 6
Barcelona

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

Atrezzo trendsetter, incansable, observadora i atenta als canvis, és capaç de captar, entendre i crear noves propostes d'imatge i anticipar-s'hi. La seva vocació innovadora i el seu esperit dinàmic s'expressen en el seu nou concepte de marca: 'Catching the look of the world'. A la seva fàbrica de Girona, al nord de Barcelona, 12.000 metres quadrats de recursos d'última generació permeten el desenvolupament del procés industrial, controlat internament i en la seva totalitat per la companyia.

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

Atrezzo trendsetter, incansable observadora y atenta a los cambios, es capaz de captar, entender y crear nuevas propuestas de imagen, anticipándose a las tendencias. Su vocación innovadora y su espíritu dinámico se expresan en su nuevo concepto de marca: 'Catching the look of the world'. En su fábrica de Gerona, al norte de Barcelona, 12.000 metros cuadrados de recursos de última generación permiten el desarrollo del proceso industrial, controlado internamente y en su totalidad por la compañía.

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

Atrezzo is a trendsetter, tireless observer and watchful to changes, the company is able to catch, understand and create new image proposals, anticipating market trends. Its new brand concept expresses its innovative vocation and dynamic spirit: 'Catching the look of the world'. In its Gerona factory, north of Barcelona, 12.000 square meters of ultimate generation resources, enable the development of the industrial manufacturing process, which is internally and totally controlled by the Company.

SILKEN DIAGONAL BARCELONA

L'Hotel Diagonal Barcelona, es distingeix per la seva moderna arquitectura i pel disseny d'interiors, obra de l'arquitecte barceloní Juli Capella, qui ha ideat per a la seva façana un suggeridor joc de contrastos en blanc i negre. La seva excepcional ubicació és un altre dels atractius de l'Hotel, ja que és veí de la impressionant torre Agbar, el gratacel d'aquesta ciutat dinàmica, cultural i mediterrània, que signa Jean Nouvel, un dels grans de l'arquitectura.

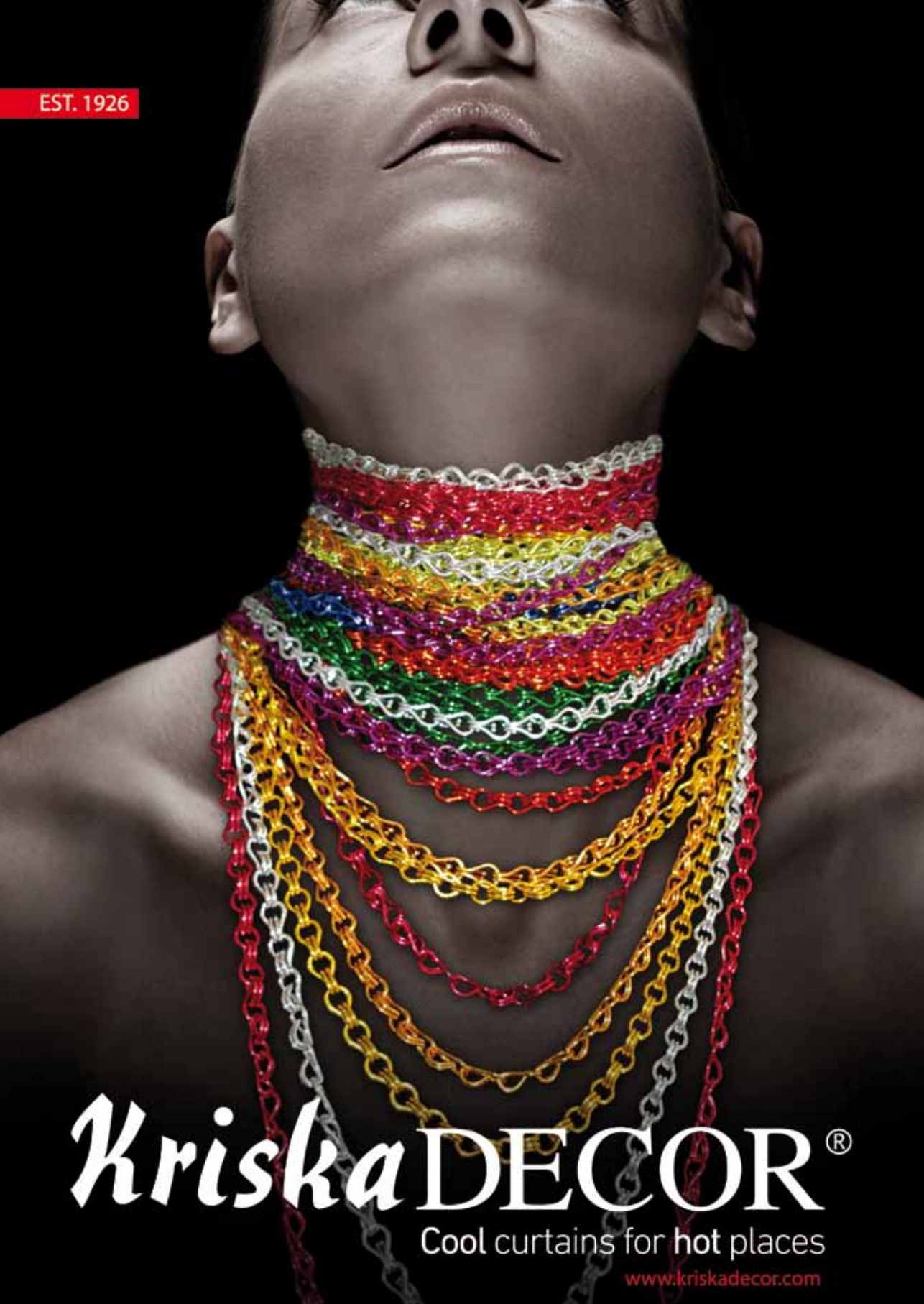
A l'interior tot és nou i sorprenent, pensat per a un públic que desitja un allotjament exclusiu, ple de detalls de bon gust i d'acord amb les tendències actuals del disseny. Les millors vistes de la ciutat s'obtenen des de la seva terrassa.

El Hotel Diagonal Barcelona, se distingue por su moderna arquitectura y por el diseño de interiores, obra del arquitecto barcelonés Juli Capella, quien ha ideado para su fachada un sugerente juego de contrastes en blanco y negro. Su excepcional ubicación es otro de los atractivos del Hotel, ya que es vecino de la impresionante torre Agbar, el rascacielos de esta ciudad dinámica, cultural y mediterránea, que firma Jean Nouvel, uno de los grandes de la arquitectura.

En el interior todo es nuevo y sorprendente, pensado para un público que desea un alojamiento exclusivo, lleno de detalles de buen gusto y acorde con las tendencias actuales del diseño. Las mejores vistas de la ciudad se obtienen desde su terraza.

The Hotel Diagonal Barcelona, stands out for a modern architecture and its interior design. Barcelona architect Juli Capella, was responsible for the hotel's design, including the imaginative play of black and white contrasts on its façade. Its exceptional location is another of the hotel's main attractions, next to the impressive Agbar Tower. The skyscraper in this dynamic, cultural, Mediterranean city, it is the work of Jean Nouvel, one of today's greatest architects.

Inside, the hotel's fresh and striking features will please guests seeking accommodation that is both exclusive, tasteful and in line with current design trends. And you get the best views of the city from its Terrace.

A close-up, low-angle shot of a woman's face as she looks upwards. She is wearing a thick, multi-layered necklace made of interlocking metal chains in various colors including red, yellow, green, blue, and white. The necklace is draped around her neck and hangs down her chest. The background is dark, making the woman's face and the colorful necklace stand out.

EST. 1926

*Kriska*DECOR®

Cool curtains for hot places

www.kriskadecor.com

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

www.ccam.cat
ccam@gencat.cat

Staff

Direcció general: miquel.rodriguez@gencat.cat
Direcció creativa: n.mora@080barcelonafashion.com
Showroom/Pop-up stores: showroom@080barcelonafashion.com
080TVchannel: m.company@080barcelonafashion.com

Producció, Direcció artística i Càsting:
ESMA Proyectos

Prensa nacional i RRPP:
Equipo Singular
prensa@080barcelonafashion.com
prensa@080barcelonafashion.com
T. +34 934 521 600

Prensa internacional:
XXL Comunicación
press@080barcelonafashion.com
T. +34 934 526 500

Sponsoring:
Equipo Singular
juanpablo.oviedo@equiposingular.es
T. +34 934 521 600

Disseny i maquetació:
Eva Anguita

Impressió:
Dilograf, SL

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

1a edició
1.000 exemplars
Barcelona, juliol de 2013

Dipòsit Legal
B. 2491-2013

ISSN: 2014-3710

o8obarcelonafashion.cat