



080

BARCELONA F A S H I O N SPRING - SUMMER 2017

080barcelonafashion.cat

#080BcnFashion · @080_bcn_fashion



**Generalitat
de Catalunya**





080

BARCELONA FASHION

MORITZ,
PATROCINADOR OFICIAL
DEL 080 BARCELONA FASHION
DEL 27 DE JUNY AL 1 DE JULI DE 2016
A L'IBERO.

Sold Waterhouse
para Redken 5th Avenue

¿OBSESIONADA CON EL BRILLO DE TU CABELLO?

Avistada por los mejores estilistas del mundo de la moda,
REDKEN Diamond Oil Glow Dry potencia tu estilo gracias a
siliconas termo-activas que aportan un brillo llamante al cabello,
sin contaminación de grasa y aceleran el tiempo de secado.
¡Prepárate para un secado de pasarela! #iluminadoll



REDKEN
5TH AVENUE NYC



www.redken.es

La moda és creativitat. Una creativitat que permet desenvolupar tot un sector industrial que, a casa nostra, ocupa 60.000 persones en 3.000 empreses que facturen més de 15.000 milions d'euros i que representen un 7,54% del PIB català. Projectes empresarials que any rere any es consoliden en l'aparador de la moda internacional i que, la 080 contribueix a presentar-se al món.

El **080 Barcelona Fashion** és el catalitzador d'un sector, el de la moda, consolidat a Catalunya i que recull el bagatge de segles d'indústria tèxtil que ha sabut unir a aquesta llarga tradició una florent creativitat. Catalunya innova a través de la moda, un sector que ha estat capaç de consolidar-se en l'exportació regular dels seus productes. Avui, la moda catalana és més present que mai a tots els racons del món.

I si la moda és més present que mai i alhora és un sector consolidat amb fortes perspectives de creixement és gràcies a un bon entramat d'escoles que, des de diferents disciplines, donen una formació que és essencial per la dinamització que viu el món de la moda a Catalunya.

Avui, el **080 Barcelona Fashion** està considerada la cinquena del món darrera de passarel·les tan consolidades com París, Nova York, Milà i Londres. Els convido a gaudir d'aquesta divuitena edició que representa cinc dies de creativitat, cinc dies de talent.

Gràcies per compartir-ho amb tots nosaltres.

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

La moda es creatividad. Una creatividad que permite desarrollar todo un sector industrial que, en nuestro país, ocupa 60.000 personas y factura más de 15.000 millones de euros, representando un 7,54% del PIB catalán. Proyectos empresariales que año tras año se consolidan en el aparador de la moda internacional y a los que el 080 contribuye a presentarse al mundo.

El **080 Barcelona Fashion** es el catalizador de un sector, el de la moda, consolidado en Cataluña y que recoge el bagaje de siglos de industria que ha sabido unir en esta larga tradición una floreciente creatividad. Cataluña innova a través de la moda, un sector que ha estado capaz de consolidarse en la exportación regular de sus productos. Hoy día, la moda está más presente que nunca en todos los rincones del mundo.

Y si la moda está más presente que nunca y a la vez es un sector consolidado con fuertes perspectivas de crecimiento, es gracias a un buen entramado de escuelas que, desde diferentes disciplinas, dan una formación que es esencial para la dinamización que vive el mundo de la moda en Cataluña.

Hoy, la **080 Barcelona Fashion**, está considerada como la quinta del mundo detrás de pasarelas tan consolidadas como París, Nueva York, Milán y Londres. Les invito a disfrutar de esta decimotercera edición que representa cinco días de creatividad, cinco días de talento.

Gracias por compartirlo con todos nosotros.

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

Fashion is creativity. Creativity that drives the development of an industrial sector which, here at home, employs 60,000 people in 3,000 companies which have a turnover of around 15,000 million Euros, 7.54% of Catalonia's GDP no less. Year after year more business projects come to fruition in fashion storefronts internationally and 080 is instrumental in showcasing them to the world.

080 Barcelona Fashion acts as a catalyst to an industry, fashion, and gathers the textile industry's centuries of history in Catalonia, a textile industry that has managed to add a flourishing creativity to its long history. Catalonia innovates through fashion, a sector that has managed to express itself in the regular export of its products. Today, Catalan fashion is more than ever present in all corners of the world.

And if fashion is more present than ever, it is also a sector with strong growth prospects supported by a strong network of schools, in different disciplines, providing training that is essential to boosting the flourishing fashion world in Catalonia.

Today, **080 Barcelona Fashion** is considered fifth in the world after such emblematic shows as Paris, New York, Milan and London. I invite you to enjoy the eighteenth edition and what it represents: Five days of creativity, five days of talent.

Thanks for sharing it with us.

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



Lo único
que no ha
cambiado son
nuestras ganas
de cambiarlo
todo.

080

BARCELONA FASHION

Les edicions del **080 Barcelona Fashion** d'estiu conviden a poder cercar entorns que ens permetin poder gaudir de l'aire lliure.

Aquest recinte de l'INEFC ha fet possible aquesta voluntat.

L'edifici que ens acull, amb les seves magnífiques instal·lacions, fa possible un gran espai per a la sala de desfilades, així com per a tota l'open area.

El Market 080, la zona destinada a les escoles, el panel de tendències i el conjunt del village formen aquest gran espai obert al públic en general.

Volem que Catalunya pugui viure durant una setmana, amb la màxima intensitat possible, la màgia del món de la moda.

El plat principal: les quaranta desfilades que, durant cinc dies, ens mostraran el bo i millor de cadascun dels nostres dissenyadors i marques.

Els tres premis que enguany donarem al total dels participants són un al·licient més.

De nou, continuem amb la nostra aposta per la seva internacionalització, amb els nostres convidats per desenvolupar la master class, així com amb la presència d'un important gruix de compradors de tot el món.

En resum, més que en anteriors edicions. I pretenem que sigui molt millor.

Gràcies a tots per compartir aquest fascinant viatge al món de la moda.

Fins al proper mes de febrer de l'any vinent!

Miquel Rodríguez
Director del 080 Barcelona Fashion

Las ediciones del **080 Barcelona Fashion** de verano invitan a poder buscar entornos que nos permitan poder disfrutar del aire libre.

Este recinto del INEFC ha hecho posible esta voluntad.

El edificio que nos acoge con sus nuevas y magníficas instalaciones, hace posible un gran espacio para sala de desfiles, así como para toda la Open Area.

El Market 080, la zona destinada a las escuelas, el panel de tendencias y el conjunto del village, forman este gran espacio abierto al público en general.

Queremos que Cataluña pueda vivir durante una semana con la máxima intensidad posible la magia del mundo de la moda.

El plato principal, los cuarenta desfiles que durante cinco días nos mostraran lo mejor de cada uno de nuestros diseñadores y marcas.

Los tres premios que este año daremos al total de participantes son un aliciente más.

De nuevo, continuamos con nuestra apuesta por su internacionalización. Con nuestros invitados, para desarrollar la master class, así como la presencia de un grueso importante de compradores de todo el mundo.

En resumen, más que en anteriores ediciones. Y pretendemos que sea mucho mejor.

Gracias a todos por compartir este fascinante viaje al mundo de la moda.

¡Hasta el mes de febrero del próximo año!

Miquel Rodríguez
Director del 080 Barcelona Fashion

*The summer editions of **080 Barcelona Fashion** lend themselves to venues that invite and permit us to enjoy being outdoors.*

This INEFC enclosure makes this possible.

The building that welcomes us with its magnificent facilities makes a very large space available for the runway shows and for the whole of the "open area".

The 080 market, the area given over to the schools, the trends panel, the whole of the village, make up this big space open to the general public.

We would like Catalonia to live the magic of fashion as intensely as possible for a week.

The main dish: 40 parades over five days will show the best of each of our brands and designers.

The three awards to be conferred on all the participants this year are just another incentive.

We recommit to their internationalization, with our guests, by holding the Master Class, as well as the presence of a large bunch of buyers from around the world.

In short, more than previous editions. And we aim for it to be much better.

Thank you all for sharing this fascinating journey in the world of fashion.

See you all February next year!

*Miquel Rodríguez
Director del 080 Barcelona Fashion*



080 BARCELONA FASHION

LA BOTELLA HECHA MODA

080
BARCELONA
FASHION

SOLAN
WATER
MUCHO MÁS QUE AGUA

10 Programa ♦ Program

10 Desfilades / Desfiles / Fashion shows

11 Horaris / Horarios / Schedule

13 INEFC

16 080 Barcelona Fashion Investor Day

18 Master Class by Linn Yaeguer & Mickey Boardman: "Eccentric lives in Fashion"

20 Open Area

20 NEO2 Photo Shoot Contest

29 080 TV Channel

22 080 Exposicions

30 080 Fashion Market (Pop-up stores)

44 080 Fashion Market Escoles (Pop-up stores)

52 Texmeeting by Texfor

54 Dissenyadors ♦ Diseñadores ♦ Designers

54	Blame	63	Guillermina Baeza	72	Pau Esteve
55	Brain & Beast	64	Josep Abril	73	Rita Row
56	Carlotaoms	65	Justicia Ruano	74	Samuel Alarcón
57	Celia Vela	66	Krizia Robustella	75	Sita Murt
58	Como un pez en el agua	67	Lebor Gabala	76	Ssic and Paul
59	Custo Barcelona	68	Loa by Lidia Aguilera	77	TCN
60	Edgar Carrascal	69	Miquel Suay	78	Txell Miras
61	Elina Van Ree	70	Miriam Ponsa	79	Xavi Grados
62	Garcia Madrid	71	Oscarleon		

80 Marques ♦ Marcas ♦ Brands

80	Antonio Miro	85	Lola Casademunt	90	Torras
81	Bcn Brand	86	Lyle & Scott	91	Wom & Now
82	Boboli	87	Naulover	92	Yerse
83	CND By Cóndor	88	Punto Blanco		
84	Escorpion	89	Red Point		

94 MODACC: 080 Barcelona Fashion Showroom

Programa ♦ Program

27 / 06 / 2016

12:30h	Carlotaoms Krizia Robustella	18:00h	Justicia Ruano
14:00h	Celia Vela	19:30h	Miquel Suay
16:30h	Yerse	20:30h	TCN

28 / 06 / 2016

12:00h	Lyle & Scott Edgar Carrascal	18:00h	Josep Abril
13:30h	Guillermina Baeza	19:30h	Miriam Ponsa
16:30h	Txell Miras	21:00h	Sita Murt

29 / 06 / 2016

11:00h	CND By Cóndor Boboli	16:30h	Escorpion
12:30h	Blame Samuel Alarcón	18:00h	Punto Blanco Bcn Brand
14:00h	Rita Row Ssic and Paul	19:30h	Lebor Gabala
		21:00h	Custo Barcelona

30 / 06 / 2016

12:30h	Xavi Grados Pau Esteve	18:00h	Garcia Madrid
14:00h	Antonio Miro Torras	19:30h	Naulover
16:30h	Oscarleon	21:00h	Brain & Beast

01 / 07 / 2016

10:00h	Eline Van Ree Loa By Lidia Aguilera	14:00h	Wom & Now Lliurament De Premis Entrega de premios Awards ceremony
11:30h	Como un pez en el agua Lola Casademunt		
12:30h	Red Point		

Horaris ♦ Horarios ♦ Schedule

080 Fashion Market – Village – Food Trucks – 080 Exhibitions

Lloc / Lugar / Place: Open Area

27 – 30 / 06 / 2016	01 / 07 / 2016
12h – 22.30h	11.30h – 16h

NEO2 Photo Shoot Contest

Lloc / Lugar / Place: Open Area

27 / 06 / 2016	28 – 30 / 06 / 2016	01 / 07 / 2016
14h – 19h	9h – 20h	9h – 14h

080 Barcelona Fashion Showroom

27 – 30 / 06 / 2016	01 / 07 / 2016
10h – 21h	11.30h – 16h

080 Barcelona Fashion Investor Day

Lloc / Lugar / Place: Sala de Conferències

30 / 06 / 2016
10h – 14h

Master Class by Linn Yaeguer & Mickey Boardman:
“Eccentric lives in Fashion”

Lloc / Lugar / Place: Sala de Conferències

30 / 06 / 2016
12h – 13.30h



Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya (INEFC)

L'INEFC de Barcelona és la seu de l'Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya, on es formen llicenciats i graduats en ciències de l'activitat física i de l'esport. Amb capacitat per a uns 1.000 alumnes, disposa de camps d'entrenament propis i instal·lacions esportives cobertes i a l'aire lliure, al llarg de més de 30.000 metres quadrats.

El 1991 es va inaugurar aquest edifici projectat pel taller d'arquitectura de Ricard Bofill. És el primer edifici construït a l'Estat espanyol amb formigó arquitectònic, segons la tècnica de prefabricat i encofrat in situ; la seva construcció va comportar la col·locació de prop de 1.700 peces prefabricades de formigó. L'edifici està organitzat al voltant de dos grans claustres quadrats coberts de 48x48 m. La nau central que els uneix s'utilitza com a sala d'actes, amb una capacitat per a 400 persones.

Les àrees interiors de competició estan distribuïdes en aquests dos patis, separades per mitjà de cortines acústiques. Al voltant d'aquests dos grans espais hi ha quatre ales destinades a allotjar els serveis auxiliars de pista: magatzem, aules, vestidors, etc. D'aquesta manera, els blocs d'aules estan orientats al sud i tenen accés directe a una escala que baixa fins als terrenys de joc, a l'aire lliure; les façanes del bloc administratiu i de la biblioteca donen al nord, i les de l'est i l'oest del conjunt estan construïdes per galeries obertes amb tancaments de vidre, que faciliten la il·luminació natural dels dos patis i del vestíbul.

Durant els Jocs Olímpics de Barcelona 92 va acollir les competicions de lluita lliure i grecoromana. Actualment, a banda de ser un centre universitari, és la seu del Grup de Recerca en Ciències de l'Esport de l'INEFC Barcelona i del Grup d'Investigació Social i Educativa de l'Activitat Física i l'Esport.

Gerard Martí Figueras i Albà
Secretari general de l'Esport
Generalitat de Catalunya



Instituto Nacional de Educación Física de Cataluña (INEFC)

El INEFC de Barcelona es la sede del Instituto Nacional de Educación Física de Cataluña, donde se forman los licenciados y graduados en ciencias de la actividad física y del deporte. Con capacidad para unos 1.000 alumnos, dispone de campos de entrenamiento propios e instalaciones deportivas cubiertas y al aire libre, a lo largo de más de 30.000 metros cuadrados.

En el 1991 se inauguró este edificio proyectado por el taller de arquitectura de Ricardo Bofill. Es el primer edificio construido en el Estado español con hormigón arquitectónico, según la técnica de prefabricado y encofrado in situ; su construcción comportó la colocación de cerca de 1.700 piezas prefabricadas de hormigón. El edificio está organizado alrededor de dos grandes claustros cuadrados cubiertos de 48 x 48 m. La nave central que los une se utiliza como sala de actos, con una capacidad para 400 personas.

Las áreas interiores de competición están distribuidas en estos dos patios, separadas por medio de cortinas acústicas. Alrededor de estos dos grandes espacios hay cuatro alas destinadas a alojar los servicios auxiliares de pista: almacén, aulas, vestidores, etc. De esta manera los bloques de aulas están orientados al sur y tienen acceso directo a una escalera que desciende hasta los terrenos de juego, al aire libre; las fachadas del bloque administrativo y de la biblioteca dan al norte, y las del este y el oeste del conjunto están construidas por galerías abiertas con cerramientos de vidrio, que facilitan la iluminación natural de los dos patios y del vestíbulo.

Durante los Juegos Olímpicos de Barcelona 92 acogió las competiciones de lucha libre y grecorromana. Actualmente, además de ser un centro universitario, es la sede del Grupo de Investigación en Ciencias del Deporte del INEFC Barcelona y del Grupo de Investigación Social y Educativa de la Actividad Física y del Deporte.

Gerard Martí Figueras i Albà
Secretario general del Deporte
Gobierno de Cataluña



National Institute of Physical Education of Catalonia (INEFC)

The INEFC of Barcelona is the headquarters of the National Institute of Physical Education of Catalonia which imparts degrees and postgraduate courses in science of physical activity. With capacity for 1,000 students, it has its own training fields and indoor and outdoor sporting facilities covering over more than 30,000 square meters.

Opened in 1991, the structure, designed by architect Ricardo Bofill, was the first in the Spanish state to be built in architectural concrete using the prefabricated and in-situ formwork technique. Its construction required assembling 1,700 prefabricated concrete elements. The building is organized around two large square covered cloisters measuring 48 x 48 m. The central nave that unites them is used as a conference hall and has capacity for 400 people.

The indoor competition area is divided into two courtyards which are separated by acoustic screening. Around these two main areas there are four wings, designed to accommodate the ancillary track services, storage rooms, classrooms, locker rooms etc. In this way the classroom blocks are south-facing and have direct access down to the sports fields outdoors; the facades of the administrative block and the library face north; and the east and west sides are given over to open galleries enclosed behind glass fronting which makes use of daylight to illuminate the two courtyards and the lobby.

During the 92 Barcelona Olympics the wrestling and Greco-Roman wrestling competitions were held there. Currently, in addition to housing the university, it is also the headquarters of the INEFC Research Group in Sports Science of Barcelona and the Physical Activity and Sport Social and Educational Research Group.

Gerard Martí Figueras i Albà
General Secretary of Sport
Government of Catalonia

080 Barcelona Fashion Investor Day

Lloc / Lugar / Place: Sala de Conferències

30 / 06 / 16 - 10h - 14h



080 Barcelona Fashion i la xarxa d'inversors Seed&Click organitzen la 2a edició del 080 Barcelona Fashion Investor Day amb la finalitat de donar suport a nous projectes empresarials relacionats amb el sector de la moda.

El 080 Barcelona Fashion Investor Day dóna suport i potencia iniciatives emprenedores i nous projectes de la indústria de la moda, amb l'objectiu de crear un ecosistema financer i empresarial internacional a Barcelona.

Els finalistes presentaran els seus projectes en format elevator pitch (un màxim de 5 minuts de durada), el 30 de juny de 2016, davant dels membres del jurat, inversors i la resta d'assistents.

Després de les presentacions, el jurat triarà el projecte guanyador de l'edició, el designarà "Best Fashion Startup 080 Investor Day 2016" i li entregará el premi valorat en 100.000 €.

080 Barcelona Fashion y la red de inversores Seed&Click organizan la 2ª Edición de 080 Barcelona Fashion Investor Day con el fin de apoyar nuevos proyectos empresariales relacionados con el sector de la moda

080 Barcelona Fashion Investor Day apoya y potencia iniciativas emprendedoras y nuevos proyectos de la industria de la moda con el objetivo de crear un ecosistema financiero-empresarial internacional en Barcelona.

Los finalistas presentarán sus proyectos en formato elevator pitch (un máximo de 5 minutos de duración) el 30 de junio de 2016 frente a los miembros del jurado, inversores y resto de asistentes.

Tras las presentaciones, el jurado escogerá al proyecto ganador de la edición designándolo "Best Fashion Startup 080 Investor Day 2016" y procederá a la entrega del premio valorado en 100.000€

080 Barcelona Fashion and the investor network Seed & Click are organizing the 2nd edition of 080 Barcelona Fashion Investor Day in order to support new business projects related to the fashion industry.

080 Barcelona Fashion Investor Day and support and promote entrepreneurial initiatives and new projects in the fashion industry with the aim of creating a related international financial and business ecosystem in Barcelona.

The finalists will present their projects in elevator pitch format (5 minute limit) to the jury, potential investors and other attendees on June 30, 2016.

Following the presentations, the jury will choose the winning project of the edition, designated "080 Best Fashion Startup Investor Day 2016" and subsequently present the award which is valued at 100,000 €.

Taula rodona · Mesa redonda · Round table

WHAT'S NEXT & BEYOND FOR THE FASHION INDUSTRY – 10.30 h –11.30h

L'objectiu d'aquesta taula és analitzar i compartir, gràcies a la participació de 3 experts, les grans tendències de la indústria de la moda, enfocant el debat als nous models de negoci que estan triomfant actualment i els que estan emergint amb força a escala internacional.

El objetivo de esta mesa es analizar y compartir, gracias a la participación de 3 expertos, las grandes tendencias de la industria de la moda enfocando el debate a los nuevos modelos de negocio que están triunfando actualmente y los que están emergiendo con fuerza a nivel internacional.

The aim of this round table is to analyze and share, with the participation of three experts, the major trends in the fashion industry focusing the debate on new business models that are currently succeeding and those which are emerging strongly internationally.

Ponents · Ponentes · Speakers

ISABEL MESA, country manager a WGSN – OLIVIER MARCHETEAU, director general de Vestiaire Collective – NIC OLIVE, CEO i fundador de Please

ISABEL MESA, Country Manager en WGSN – OLIVIER MARCHETEAU, Director General de Vestiaire Collective – NIC OLIVE, CEO y fundador de Please

ISABEL MESA, Country Manager at WGSN – OLIVIER MARCHETEAU, Director General Vestiaire Collective – NIC OLIVE, CEO and founder, Please

OLIVIER MARCHETEAU – COO, VESTIAIRE COLLECTIVE

Olivier Marcheteau és COO de Vestiaire Collective. Va ser president de Cidscout i director d'E-commerce de Grupo Casino. Va iniciar la seva carrera a Procter & Gamble abans de treballar a Nike. És director independent de Showroomprive.com des del 2016.

Olivier Marcheteau es COO de Vestiaire Collective. Fue Presidente del Cidscout y director de ecommerce del Grupo Casino. Comenzó su carrera en Procter & Gamble antes de trabajar en Nike. Es director independiente de Showroomprive.com.

Olivier Marcheteau, COO of Vestiaire Collective. He was president of Cidscout and director of ecommerce at Groupe Casino. He began his career at Procter & Gamble before working at Nike. Independent director of Showroomprive.com.

ISABEL MESA – COUNTRY MANAGER SPAIN & PORTUGAL, WGSN

Es troba al capdavant de l'equip WGSN des del 2006, ha estat responsable de la implantació i ha liderat un creixement exponencial, així com el llançament d'una cartera de nous serveis: Interiors & Lifestyle, INstock, Styletrial i Consultoria.

Se encuentra al frente del equipo WGSN desde 2006 y ha sido responsable de la implantación y liderando un crecimiento exponencial, así como el lanzamiento de una cartera de nuevos servicios: Interiors & Lifestyle, INstock, Styletrial y Consultoria.

Head of the team at WGSN since 2006 and in charge of implementation and leading an exponential growth in the customer base, as well as the launch of a portfolio of new services: Interiors & Lifestyle, INstock, Styletrial and Consulting.

NIC OLIVÉ – CEO, PLEASE

Fundador i CEO de Please, una empresa de tecnologia. Vaig treballar a Mango durant 10 anys com a membre de la Junta, Director Global Retail, CIO i gestionant les operacions mundials de +2000 +8000 botigues i empleats.

Fundador y CEO de Please, una empresa de tecnología. Trabajó en Mango durante 10 años como miembro de la Junta, Director Global Retail, CIO y gestionando las operaciones mundiales de +2.000 +8.000 tiendas y empleados.

Founder&CEO of Please, a Barcelona based tech company. He worked in Mango during 10 years as Board Member, Global Retail Director and CIO managing the worldwide operations of +2.000 stores and +8.000 employees.

MYRIAM SERRANO – REDACTORA EN CAP, WOMAN MADAME FIGARO

Periodista de dilatada trajectòria en mitjans de comunicació, especialitzada en tendències, actualitat, bellesa i estil de vida. És redactora en cap de la revista Woman Madame Figaro, l'emblemàtica publicació de moda de Grupo Zeta.

Periodista de dilatada trayectoria en medios de comunicación, especializada en tendencias, actualidad, belleza y estilo de vida. Es Redactora Jefe de la revista Woman Madame Figaro, la emblemática publicación de moda de Grupo Zeta.

Journalist with extensive experience in the media, specializing in trends, current affairs, beauty and lifestyle. Currently Editor-in-Chief of Woman Madame Figaro magazine, the flagship publication of Grupo Zeta fashion.

ENRIC JOVÉ – CEO, MCCANN WORLDGROUP BARCELONA

Enric Jové és, actualment, CEO de McCann WG Barcelona i CIO de McCann WG Espanya. Ha gestionat campanyes de comunicació per a marques com Nespresso, Nike, Desigual, Inditex, Puig, Nescafé, la Caixa, Buitoni, Maggi, Barclays o l'FC Barcelona.

Enric es actualmente CEO de McCann WG Barcelona y CIO de McCann WG España. Ha gestionado campañas de comunicación para marcas como Nespresso, Nike, Desigual, Inditex, Puig, Nescafé, la Caixa, Buitoni, Maggi, Barclays o el FC Barcelona.

Enric Jové is currently CEO of McCann WG Barcelona and CIO of McCann WG Spain. During his career he has managed communication campaigns for brands such as Nespresso, Nike, Desigual, Inditex, Puig, Nescafe, la Caixa, Buitoni, Maggi, Barclays and FC Barcelona.

DIEGO DE VICENTE – FUNDADOR, MODALIA I MODDO

Actualment és director general de MODDO, empresa especialitzada en tecnologia aplicada al món de la moda, amb més de 2.500 clients actius repartits per Espanya, Portugal, Itàlia, Veneçuela, Colòmbia, Mèxic, Xile i Panamà.

En la actualidad, es Director General de MODDO, empresa especializada en Tecnología aplicada al mundo de la moda, con más de 2.500 clientes activos repartidos por España, Portugal, Italia, Venezuela, Colombia, México, Chile y Panamá.

Currently, Director General of MODDO, company specializing in Technology applied to the fashion world, with more than 2,500 active customers across Spain, Portugal, Italy, Venezuela, Colombia, Mexico, Chile and Panama.

MASTER CLASS

Lloc / Lugar / Place: Sala de Conferències

01 / 07 / 16 - 12h - 13.30h



Foto: Dietmar Busse

ECCENTRIC LIVES IN FASHION : Una conversa entre Lynn Yaeger i Mickey Boardman sobre camins personals, els mitjans de comunicació moderns i el futur de la moda

Un divertit duel dialèctic entre dos gurus del fashion novaïorquès. Amics i col·legues de professió, Yaeger i Boardman faràn un àcid repàs del panorama de la premsa de moda actual en el to crític i simpàtic que els caracteritza.

LYNN YAEGER
Quan Lynn Yaeger era un nadó les seves primeres paraules van ser pràcticament “porta’m de compres!”. La seva passió per la moda va quedar reflectida quan va fer les seves primeres passes – res de pantalons! Només tutus i vestits!
Quan va créixer, va començar a interessar-se per escriure crítiques sobre moda – el que era una possible manera d’obtenir diners per comprar més coses. Però va funcionar! I ara Lynn, qui viu i treballa a Nova York – però gaudeix viatjant per les principals capitals i les petites ciutats del món (especialment per visitar les seves botigues d’antiguitats i mercats) – és l’editora col·laboradora de Vogue Amèrica i també escriu sobre moda, joies antigues, viatges i altres temes (fins i tot política!) al New York Times, el Travel and Leisure, el Architectural Digest, el Wall Street Journal Magazine, entre d’altres.

MICKEY BOARDMAN
Es va criar a Hanover Park, Illinois i va graduar-se a la universitat de Purdue al 1989 amb un grau d’espanyol. Després de llicenciar-se, va passar un any com a professor a Madrid abans de traslladar-se a Nova York per estudiar disseny de moda a la Parsons School of Design. Des de 1993, ha escrit la columna de consells “Ask Mr.Mickey” a PAPER, on va començar a treballar com a becari. Els seus escrits també han aparegut a T: The New York Times Style Magazine, Out i l’edició alemanya de Vogue. Compta amb constant presència als escenaris socials i de moda de NYC i sovint apareix com a comentarista cultural, expert en estil de vida i guru de la moda en cadenes com VH-1, A & E, CNN, E! y Foz News.

Boardman ha estat reconegut per New York Magazine com “una de les cares més fotografiades de Nova York” i va ser votat per Fashion Week Daily com “un dels personatges més convidats de la ciutat”. Ha aparegut a llibres com “Smile i-D: Fashion & Style, 20 years of I-D Magazine”, “Eccentric Glamour” de Simon Doonan i “Look: Portraits Backstage at Olympus Fashion Week” de Timothy Greenfield-Sanders.

ECCENTRIC LIVES IN FASHION: Una conversación entre Lynn Yaeger y Mickey Boardman sobre caminos personales, los medios de comunicación modernos y el futuro de la moda

Un divertido duelo dialéctico entre dos gurús del fashion neoyorquino. Amigos y colegas de profesión harán un ácido repaso del panorama de la prensa de moda actual en el tono crítico y simpático que los caracteriza.

LYNN YAEGER
Cuando Lynn Yaeger era un bebé sus primeras palabras fueron prácticamente “¡Llévame de compras!”. Su pasión por la moda se evidenció cuando empezó a dar sus primeros pasos - ¡nada de pantalones! ¡Sólo tutús y vestidos! Cuando creció, empezó a interesarse por escribir críticas sobre moda – lo que era una posible manera de obtener dinero para comprar más cosas. ¡Pero funcionó! Y ahora Lynn, quién vive y trabaja en Nueva York – pero disfruta viajando por las principales capitales y pequeñas ciudades del mundo (especialmente para visitar sus tiendas de antigüedades y mercadillos) — es la editora colaboradora de Vogue América y también escribe sobre moda, joyas antiguas, viajes, y otros temas (¡hasta política!) en el New York Times, el Travel and Leisure, el Architectural Digest, el Wall Street Journal Magazine, entre otros muchos.

MICKEY BOARDMAN
Se crió en Hanover Park, Illinois y se graduó en la universidad de Purdue en 1989 con un grado en español. Tras licenciarse, pasó un año como profesor en Madrid antes de trasladarse a Nueva York para estudiar diseño de moda en The Parsons School of Design.
Desde 1993, ha escrito la columna/consultorio “Ask Mr. Mickey” en PAPER, dónde empezó trabajando como becario. Sus escritos también han aparecido en T: The New York Times Style Magazine, Out y la edición alemana de Vogue. Cuenta con constante presencia en el escenario social y de moda de NY y a menudo aparece como comentarista cultural, experto en estilo de vida y gurú de la moda en cadenas como VH-1, A & E, CNN, E! y Fox News. Boardman ha sido reconocido por New York Magazine como “una de las caras más fotografiadas de Nueva York” y fue votado por Fashion Week Daily como “uno de los personajes más invitados de la ciudad”. Ha aparecido en libros como “Smile i-D: Fashion & Style, 20 years of I-D Magazine”, “Eccentric Glamour” de Simon Doonan y “Look: Portraits Backstage at Olympus Fashion Week” de Timothy Greenfield Sanders.
También filántropo, Boardman ha estado implicado en proyectos altruistas como Mr. Mickey’s Sidewalk Sale, Doctors Without Borders, Coalition for the Homeless y Red Cross Earthquake Relief for Haiti and Chile. Da soporte a Ciita, una organización benéfica que construye escuelas y clínicas.

◆ ◆ ◆

ECCENTRIC LIVES IN FASHION: A conversation about personal paths, modern media, and the future of fashion with Lynn Yaeger and Mickey Boardman

A funny dialectical duel between two gurus of the New York fashion scene. Friends and professional colleagues will acidly review the today’s fashion press panorama in the critical and sympathetic tone that is signature to them.

LYNN YAEGER

When Lynn Yaeger was a baby, her first words were practically “Take me shopping!” Her love of fashion was evidenced when she put her foot down as a toddler—no trousers! Only tutus and frocks!

When she grew up, Lynn became interested in writing critically about fashion --which was, you could argue, simply a way to make money to acquire more things. But it worked! And now Lynn, who lives and works in New York City --but enjoys traveling to major capitols and small towns all over the world (especially to visit their antiques shops and flea markets)-- is a contributing editor at American Vogue and also writes about fashion, antique jewelry, travel, and other subjects (even politics!) for The New York Times, Travel and Leisure, Architectural Digest, The Wall Street Journal Magazine, among many others.

MICKEY BOARDMAN was raised in Hanover Park, Illinois, and graduated from Purdue University in 1989 with a degree in Spanish. Upon graduation, he spent a year in Madrid teaching before moving to NYC to study fashion design at The Parsons School of Design. Since 1993, he has written the advice column “Ask Mr. Mickey” in PAPER, where he first started working as a intern. His writing has also appeared in T: The New York Times StyleMagazine, Out and German Vogue. He is a constant presence on the NYC social / fashion scene and often appears as a cultural commentator, lifestyle expert and fashion guru on networks like VH-1, A & E, CNN, E! and Fox News. Boardman has been recognized by New York magazine as one of the “Most Photographed Faces in New York” and was voted by Fashion Week Daily was one of the “most invited people in the city.” He has been featured in books like “Smile i-D: Fashion & Style, 20 Years of I-D Magazine,” Simon Doonan’s “Eccentric Glamour” and Timothy Greenfield-Sanders’ “Look: Portraits Backstage at Olympus Fashion Week.”

Also a philanthropist, Boardman has been active in many charitable efforts, including Mr. Mickey’s Sidewalk Sale, Doctors Without Borders, Coalition for the Homeless and Red Cross Earthquake Relief for Haiti and Chile. He is a dedicated supporter of Citta, a charity that builds schools, clinics.

NEO2 Photo Shoot Contest

Lloc / Lugar / Place: Open Area

Dia 27/06 de 15:00 – 20:00

Dia 28/06 de 9:00 – 14:00 i de 15:00 – 20:00

Dia 29/06 de 9:00 – 14:00 i de 15:00 – 20:00

Dia 30/06 de 9:00 – 14:00 i de 15:00 – 20:00

Dia 1/07 de 9:00 – 14:00

Al Neo2 Photo Shoot Contest vuit 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 format pels següents professionals de la revista patrocinadora Neo2 escollirà el reportatge guanyador que es publicarà a la revista:

- Ramón Fano (director i editor de Neo2)
- Javier de Juanas (estilista col·laborador de Neo2)
- Vincent Urbani (fotògraf col·laborador de Neo2)
- Lolita (maquilladora col·laboradora de Neo2)

En el Neo2Photo Shoot Contest ocho 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 formado por los siguientes profesionales de la revista patrocinadora Neo2 escogerá el reportaje ganador, que se publicará en la revista:

- Ramón Fano (director i editor de Neo2)
- Javier de Juanas (estilista col·laborador de Neo2)
- Vincent Urbani (fotògraf col·laborador de Neo2)
- Lolita (maquilladora col·laboradora de Neo2)

At the Neo2 Photo Shoot Contest, eight teams made up of a stylist and a photographer from the photography and styling schools in Barcelona, compete to produce the best photo reportage.

The photo sessions will be held live on a set which will be erected in the open area of the event.

A panel of judges comprised of the following professionals from the magazine sponsoring the event, Neo2, will choose the winning reportage which will then be published in the magazine:

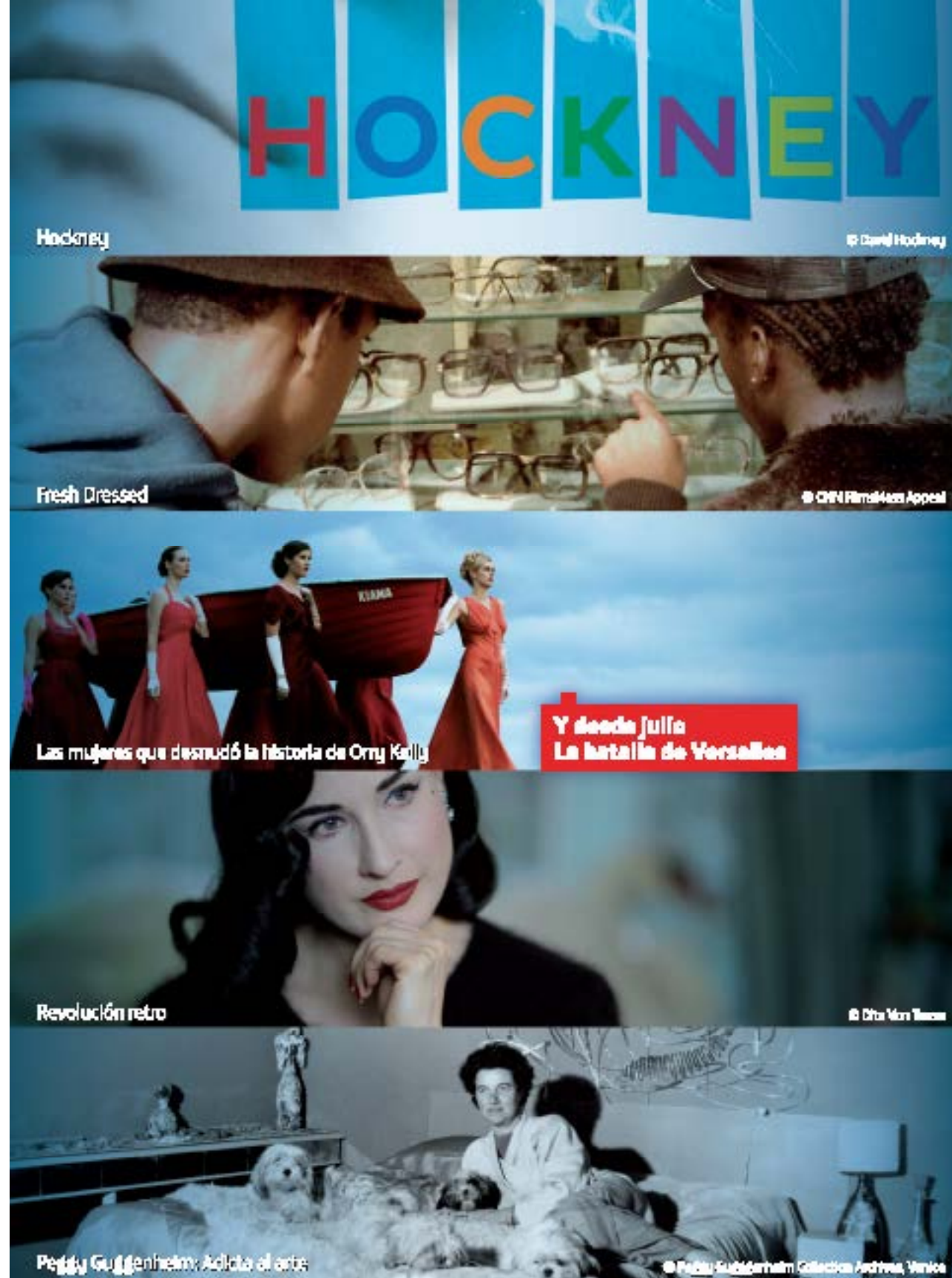
- Ramón Fano (Neo2 director and editor)
- Javier de Juanas (collaborating stylist)
- Vincent Urbani (collaborating photographer)
- Lolita (make-up)

Les escoles que participen en el concurs · Las escuelas que participan en el concurso son · Participating schools:

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

Els/les models cedits per l'agència Francina Academy, aniran vestits de 10 marques/dissenyadors que han desfilat al 080 Barcelona Fashion · Los modelos y las modelos, cedidas por la agencia Francina Academy, estarán vestidos de 10 marcas/diseñadores que han desfilado en la 080 Barcelona Fashion · The models, courtesy of Francina Academy, will be dressed by the following brands and designers who will have presented their collections on the 080 Barcelona Fashion catwalk:

- BRAIN & BEAST
- CARLOTAOMS
- CELIA VELA
- KRIZIA ROBUSTELLA
- MENCHÉN TOMÀS
- MIQUEL SUAY
- OSCARLEON
- PAU ESTEVE
- TXELL MIRAS
- XAVI GRADOS



#movistarplusestademoda



"Body & Mind"

Lloc / Lugar / Place: Open Area

27 / 06 / 2016 – 01 / 07 / 2016



Juanma Noguera va néixer a Barcelona en 1969. Perruquer de professió, pintor i escultor autodidacta per passió.

Ja de nen la seva ment i mans inquietes li feien construir i transformar les seves joguines. A l'adolescència la seva rebel·lia li va fer passar a transformar roba i complementos, arribant fins i tot a crear bijuteria.

Quan els seus amics s'independitzen, no ho dubta i s'atreveix fins i tot a dissenyar i construir algunes peces de mobiliari. Als 24 anys i coincidint amb l'obertura del seu primer saló de perruqueria, comença a pintar provant diferents tècniques fins a arribar a la pintura matèrica creant volums i relleus a l'utilitzar materials com fusta, ferro, acer, cartró, terres... I finalment als 40 anys manipulant i experimentant amb aquests i altres materials comença una nova faceta artística creant les seves primeres escultures.

Sinopsi Exposició "Body & Mind"
Aquest projecte s'inspira en les virtuts i defectes de l'ésser humà. La fràgil naturalesa humana creada amb materials resistents com el ferro, fusta, acer, pedra, formigó i alumini.
Descoratjat – Ferro Descarar – Ferro i Fusta Descervellat – Ferro i Fusta Enrotllat – Alumini i Formigó Mestís – Fusta erosionada i Ferro Imperfecte – Volanderes de Ferro Gairebé perfecte – Ferro Cor Gelat – Granit, Acer Tallin i Alumini

Juanma Noguera nació en Barcelona en 1969. Peluquero de profesión, pintor y escultor autodidacta por pasión.

Ya de niño su mente y manos inquietas le hacían construir y transformar sus juguetes. En la adolescencia su rebeldía le hizo pasar a transformar ropa y complementos, llegando incluso a crear bisutería.

Cuando sus amigos se independizan no lo duda y se atreve incluso a diseñar y construir algunas piezas de mobiliario. A los 24 años y coincidiendo con la apertura de su primer salón de peluquería, empieza a pintar probando diferentes técnicas hasta llegar a la pintura matérica creando volúmenes y relieves al utilizar materiales como madera, hierro, acero corten, cartón, tierras... Y finalmente a los 40 años manipulando y experimentando con éstos y otros materiales empieza una nueva faceta artística al crear sus primeras esculturas.

Sinopsis Exposición "Body & Mind"
Este proyecto se inspira en las virtudes y defectos del ser humano. La frágil naturaleza humana creada con materiales resistentes como el hierro, madera, acero corten, piedra, hormigón y aluminio.
Descorazonado – Hierro Descarado – Hierro y Madera Descerebrado – Hierro y Madera Enrollado – Aluminio y Hormigón Mestizo – Madera erosionada y Hierro Imperfecto – Arandelas de Hierro Casi perfecto – Hierro Corazón Helado – Granito, Acero Corten y Aluminio.

Juanma Noguera was born in Barcelona in 1969. Hairdresser by profession, self-taught painter and sculptor by passion.

Even as a child his mind and his restless hands made him build and transform his toys. In adolescence, his rebellion made him move to transform clothes and accessories, and even to create jewelry.

When his friends become independent he certainly does not even dare to design and build some pieces of furniture. At the age of 24, coinciding with the opening of its first hairdressing salon, he begins to paint trying different techniques reaching to the material painting, creating volumes and reliefs using materials such as wood, iron, steel, cardboard, land... And finally at his 40's, manipulating and experimenting with these and other materials begins a new artistic side by creating his first sculptures.

Exhibition synopsis "Body & Mind"
This project draws on the strengths and weaknesses of human beings. The fragile human nature created with resistant materials such as iron, wood, steel, stone, concrete and aluminum.
Disheartened - Iron
Shameless - Iron and Wood
Brainless - Iron and Wood
Cool - Aluminum and Concrete
Mestizo - Erode Wood and Iron
Imperfect - Iron Washers
Almost perfect - Iron
Frozen Heart - Granite, Steel and Aluminum

"FASHION ART EU"

Lloc / Lugar / Place: Open Area

27 / 06 / 2016 – 01 / 07 / 2016



L'exposició, projecte del Fashion Art Institute fusiona moda i art, unint les dues formes d'expressió en un mateix tros de tela. 28 artistes de la Unió Europea són els protagonistes d'aquesta exposició única, on el suport artístic és un vestit creat pel dissenyador i president de l'Institute Manuel Fernández a manera de llenç tridimensional. En ell cada un dels artistes ha plasmat la seva tècnica personal per comunicar els valors europeus des del seu particular estil. Les imatges gairebé pictòriques del fotògraf Eugenio Recuenco s'uneixen a la perfecció amb cada un dels artistes que componen el projecte. Els maniquins han estat creats expressament per a aquesta exposició per Atrezzo. El dissenyador Manuel Fernández, amb una gran trajectòria internacional, va tenir el 1998 la iniciativa de fusionar art i moda, unint en una mateixa peça el treball d'artistes de reconegut prestigi i el seu disseny, des d'aquest moment Fashion Art ha anat creixent com un moviment artístic plural, aconseguint uns resultats d'una riquesa plàstica excepcional, sense oblidar l'obra social que es realitza a través de Fashion Art Institute amb els tallers de formació per a col·lectius en risc d'exclusió social que es realitzen amb Fundació Konecta. Fashion Art s'ha exhibit en més d'una vintena de prestigiosos museus de tot el món, destacant les itineràries pel continent americà i ha estat visitada per més de tres milions de persones.

La exposición, proyecto del Fashion Art Institute fusiona moda y arte, uniendo las dos formas de expresión en un mismo trozo de tela. 28 artistas de la Unión Europea son los protagonistas de esta exposición única, donde el soporte artístico es un traje creado por el diseñador y presidente del Institute Manuel Fernández a modo de lienzo tridimensional. En él cada uno de los artistas ha plasmado su técnica personal para comunicar los valores europeos desde su particular estilo. Las imágenes casi pictóricas del fotógrafo Eugenio Recuenco se añan a la perfección con cada uno de los artistas que componen el proyecto. Los maniquíes han sido creados expresamente para esta exposición por Atrezzo. El diseñador Manuel Fernández, con una gran trayectoria internacional, tuvo en 1998 la iniciativa de fusionar arte y moda, aunando en una misma pieza el trabajo de artistas de reconocido prestigio y su diseño, desde ese momento Fashion Art ha ido creciendo como un movimiento artístico plural, consiguiendo unos resultados de una riqueza plástica excepcional, sin olvidar la obra social que se realiza a través de Fashion Art Institute con los talleres de formación para colectivos en riesgo de exclusión social que se realizan con Fundación Konecta. Fashion Art se ha exhibido en más de una veintena de prestigiosos museos de todo el mundo, destacando las itinerarias por el continente americano y ha sido visitada por más de tres millones de personas.

The exhibition project Fashion Art Institute merges fashion and art, combining the two forms of expression in the same piece of cloth. 28 artists of the European Union are the protagonists of this unique exhibition, where the artistic support is a costume created by designer and president of the Institute Manuel Fernandez as a three-dimensional canvas. In it each of the artists has shaped his personal technique to communicate European values from their particular style. The almost pictorial images of photographer Eugenio Recuenco come together perfectly with each of the artists that make up the project. The mannequins have been created specifically for this exhibition by Atrezzo. The designer Manuel Fernandez, with a great international career, was in 1998 the initiative to merge art and fashion, combining in one piece the work of renowned artists and design, from that moment Fashion Art has been growing as an artistic movement plural, achieving exceptional results plastic richness, without forgetting the social work that is done through Fashion Art Institute with training workshops for groups at risk of social exclusion that are made with Konecta Foundation. Fashion Art has been exhibited in more than twenty prestigious museums around the world, highlighting the itinerant for the Americas and has been visited by more than three million people.

OFF

23 / 06 / 2016 – 26 / 07 / 2016

MEAM Europeu Museu d'Art Modern
Barra de Ferro, 5. Barcelona

De dimarts a diumenge de 10h a 20h
Entrada general: 9€ / entrada reduïda: 7€
De martes a domingo de 10h a 20h
Entrada general: 9€ / entrada reducida: 7€
Tuesday to Sunday from 10h to 20h
General admission: 9€ / reduced admission: 7€.

FASHION INSTITUTE
info@fashionartinstitute.org

DIÀLEGS ENTRE LA INDÚSTRIA TÈXTEL I ELS NOUS DISSENYADORS. NOVES CREACIONS

Les tendències de moda comencen amb el tèxtil de capçalera, filats, teixits i accessoris, especialment dissenyats per fer destacar els volums de la peça confeccionada. En una exposició permanent dins del 080 BCN Fashion, TEXTFOR presenta un panell de tendències de colors, textures i volums per la propera temporada Primavera-Estiu 2017 a través d'una mostra de peces realitzades amb productes tèxtils catalans, dissenyades per dissenyadors emergents, així com un avenç de les tendències de color tardor-hivern 2017-2018.

Aquesta exposició compta amb la col·laboració de la dissenyadora Glòria Jover, experta en tendències, i amb la confecció d'un Passaport de cada peça a càrrec de l'empresa Twenty Corner.

Un cop més, TEXTFOR i la indústria tèxtil recolzen els joves dissenyadors catalans.

Les empreses tèxtils participants en el panell de tendències són: Encajes Laquidain, Diseño e Impresión Indet, Lanitex, Longitex, Rutex, Textil Ribbons, Organic Cotton Colours, Textil Settam, Textil BCH, Industrias Morera i Hilaturas Arnau

Els dissenyadors participants en el panel de tendències són: Daniel Rosa, Sol Mirabella, Albec Bunsen, David Martin, Mary Lee Couture, Bird Aprons, Verònica Gil S., Victòria Barrueco, Anna Mauri i Araceli Mateos.

DIÁLOGOS ENTRE LA INDUSTRIA TEXTIL Y LOS NUEVOS DISEÑADORES. NUEVAS CREACIONES

Las tendencias de moda empiezan con el textil de cabecera, hilados, tejidos y accesorios, especialmente diseñados para destacar los volúmenes de la prenda confeccionada. En una exposición permanente dentro del 080 BCN Fashion, TEXTFOR presenta un panel de tendencias de colores, texturas y volúmenes para la próxima temporada Primavera-Verano 2017 a través de una muestra de prendas realizadas con productos textiles catalanes, diseñadas por diseñadores emergentes, así como un avance de las tendencias de color otoño-invierno 2017-2018.

Esta exposición cuenta con la colaboración de la diseñadora Gloria Jover, experta en tendencias, y con la realización de un Pasaporte de cada prenda a cargo de la empresa Twenty Corner.

Una vez más, TEXTFOR y la industria textil apoyan los jóvenes diseñadores catalanes.

Las empresas textiles participantes en el panel de tendencias son: Encajes Laquidain, Diseño e Impresión Indet, Lanitex, Longitex, Rutex, Textil Ribbons, Organic Cotton Colours, Textil Settam, Textil BCH, Industrias Morera i Hilaturas Arnau

Los diseñadores participantes en el panel de tendencias son: Daniel Rosa, Sol Mirabella, Albec Bunsen, David Martin, Mary Lee Couture, Bird Aprons, Verònica Gil S., Victòria Barrueco, Anna Mauri i Araceli Mateos.

DIALOGUES BETWEEN THE TEXTILE INDUSTRY AND THE YOUNG DESIGNERS. NEW CREATIONS

Fashion Trends start with textiles. Yarns, fabrics and accessories are specially designed to highlight the volumes of ready-made garment. In a permanent exhibition within the 080 BCN Fashion show, TEXTFOR presents a mood Board of colours and textures for the Spring -Summer 2017 trends. This will be shown through garments designed by emerging Catalan designers and produced using textiles from Catalonia. A preview of colour trends for Autumn-Winter 2017-2018 will also be on show.

This exhibition is in collaboration with the designer Gloria Jover, expert on trends, and Twenty Corner which has developed a Passport for each garment.

Once again, TEXTFOR and the textile industry support young Catalan designers.

Textile companies participating in the trends board: Encajes Laquidain, Diseño e Impresión Indet, Lanitex, Longitex, Rutex, Textil Ribbons, Organic Cotton Colours, Textil Settam, Textil BCH, Industrias Morera i Hilaturas Arnau

Designers participating in the trends board: Daniel Rosa, Sol Mirabella, Albec Bunsen, David Martin, Mary Lee Couture, Bird Aprons, Verònica Gil S., Victòria Barrueco, Anna Mauri i Araceli Mateos.

ROCHE BOBOIS

Lloc / Lugar / Place: Open Area

27 / 06 / 2016 – 01 / 07 / 2016

ROCHE BOBOIS. ENCONTRES AMB LA MODA ESPANYOLA

Roche Bobois, la marca ambaixadora del millor mobiliari i disseny francès al món ha impulsat Encontres amb la moda espanyola, una iniciativa per reflectir el talent i la creativitat dels dissenyadors espanyols, enfortint encara més la seva relació amb el món de la moda.

Després de l' enorme èxit assolit a Mèxic o Anglaterra amb la col·laboració d' artistes plàstics revisitant el seu mític sofà Mah Jong, ara és el moment d' Espanya. Aquesta vegada la idea ha estat recórrer a la creativitat de deu grans noms de la moda del país perquè li donin un twist al reconegut moble de la casa francesa. Partint d'un mòdul en blanc de l' emblemàtic sofà els dissenyadors Agatha Ruiz De La Prada, Andres Sarda, Avellaneda, Custo Barcelona, Devota y Lomba, Ion Fiz, Juana Martín, Purificación García, Rossy De Palma i Xevi Fernández han produït unes peces úniques que seran subastades online per la casa de subhastes Wardhouse, aquesta recaudació serà íntegrament donada a OAfrica, la ONG fundada per la carismàtica Lisa Lovatt-Smith, que va deixar la seva vida com editora de Vogue per traslladar-se a Àfrica i dedicar-se totalment al seu projecte de cura de la infància a Ghana. El conjunt de les peces serà exposat per primer cop en el marc de 080 Barcelona Fashion per després formar part d'una exposició itinerant a les botigues de Roche Bobois de les diferents ciutats espanyoles de juliol a octubre de 2016 per tal d'animar a la participació a la subhasta.

Durant la tardor els sofàs seran entregats als guanyadors de la subhasta en un event a Madrid.

ROCHE BOBOIS. ENCUNTROS CON LA MODA ESPAÑOLA

Roche Bobois, la marca embajadora del mejor mobiliario y diseño francés en el mundo, ha impulsado Encuentros con la Moda Española, una iniciativa para reflejar el talento y la creatividad de los diseñadores españoles, fortaleciendo aún más su relación con el mundo de la moda.

Después del enorme éxito cosechado en Mexico o Inglaterra con la colaboración de artistas plásticos revisitando su mítico sofá Mah Jong, ahora es el momento de España. Esta vez la idea ha sido recurrir a la creatividad de diez grandes nombres de la moda del país para que le den un twist al mítico mueble de la casa francesa. Partiendo de un módulo en blanco del emblemático sofá, los diseñadores Agatha Ruiz De La Prada, Andres Sarda, Avellaneda, Custo Barcelona, Devota y Lomba, Ion Fiz, Juana Martín, Purificación García, Rossy De Palma y Xevi Fernández han producido una piezas únicas que serán subastadas online por la casa de subastas Wardhouse y cuya recaudación será íntegramente donada a OAfrica, la ONG fundada por la carismática Lisa Lovatt-Smith, que dejó su vida como editora de Vogue para trasladarse a África y dedicarse totalmente a su proyecto de cuidado de la infancia en Ghana. El conjunto de las piezas será expuesto por primera vez en el marco de 080 Barcelona Fashion para después formar parte de una exposición itinerante en las tiendas de Roche Bobois de las diferentes ciudades españolas de julio a octubre de 2016 con el fin de animar a la participación en la subasta.

Durante el otoño los sofás serán entregados a los ganadores de la subasta en un evento en Madrid.

ROCHE BOBOIS. MEETS THE SPANISH FASHION

Roche Bobois, the brand ambassador for the best French furniture and design in the world, has promoted Meets the Spanish Fashion, an initiative to reflect the talent and creativity of Spanish designers, further strengthening its relationship with the world of fashion.

After the huge success achieved in Mexico or England with the collaboration of artists revisiting his legendary Mah Jong sofa, now is the time to Spain. This time the idea has been to use the creativity of ten big names in fashion in the country to be given a twist to the cabinet of the legendary French house. Starting from a blank module of the iconic sofa, designers Agatha Ruiz De La Prada, Andres Sarda, Avellaneda, Custo Barcelona, Devotee and Lomba, Ion Fiz, Juana Martin Purificación García, Rossy De Palma and Xevi Fernández have produced a unique pieces that will be auctioned online by the auction house Wardhouse and whose proceeds will be entirely donated to OAfrica, the NGO founded by the charismatic Lisa Lovatt-Smith, who left his life as editor of Vogue to move to Africa and devote himself fully to his project to take care of children in Ghana. All the pieces will be exhibited for the first time on 080 Barcelona Fashion to then form part of a traveling exhibition in stores Roche Bobois from different Spanish cities from

July to October 2016 in order to encourage participation in the auction. During autumn, the sofas will be awarded to the winners of the auction at an event in Madrid.



Tesines escoles de disseny de moda

Lloc / Lugar / Place: Open Area

27 / 06 / 2016 – 01 / 07 / 2016



**TESINES
ESCOLES DE DISSENY DE MODA**
Nou escoles de disseny i moda de Catalunya presenten una selecció de les tesines del passat any escolar a l'Open Area de l'esdeveniment.

**TESINAS DE LAS
ESCUELAS DE DISEÑO DE MODA**
Nueve escuelas de diseño y moda de Cataluña presentan una selección de las tesinas del año escolar '14-'15 en el Open Area.

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

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

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



ALEX AND ANI 
DESIGNED TO CONNECT YOU



Descobreix el millor d'aquest estiu

Redescobreix La Roca Village. Més de 130 botiques de les millors marques, molt a prop teu, amb descomptes de fins al 60%*, Bally, Hugo Boss, Mancler, Pinko, Sandra i moltes més.

OBRIM DE DILLUNS A DIUMENGE
DE 10 A 22 H

LA ROCA VILLAGE

#LAROCAVILLAGE

*Descomptes no acumulables. Informació més detallada a la web www.larocavillage.com

080 TV Channel



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

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

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

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

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

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

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

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

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

080 Fashion Market (Pop-up stores)

Lloc / Lugar / Place: Open Area

27 / 06 / 2016 – 01 / 07 / 2016



Alèxia Grustan

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Alèxia Grustan Vidal

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman
Complements / Complementos / Accessories

T + 34 625 142 505

www.alexigrustan.com
alexigrustan@gmail.com



BCN Brand

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Pablo Caralps

Marroquineria / Marroquinería / Leatherware
Bosses / Bolsos / Bags
Extintors / Extintores / Fire extinguishers

T + 34 932 019 022

www.bcnbrand.com
info@bcnbrand.com



Amor Guerrero

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
María Amor Ruiz Guerrero

Prêt-à-Couture

T. + 34 644 538 983

www.amorguerrero.com
info@amorguerrero.com



Bohemian Rhapsody Bcn

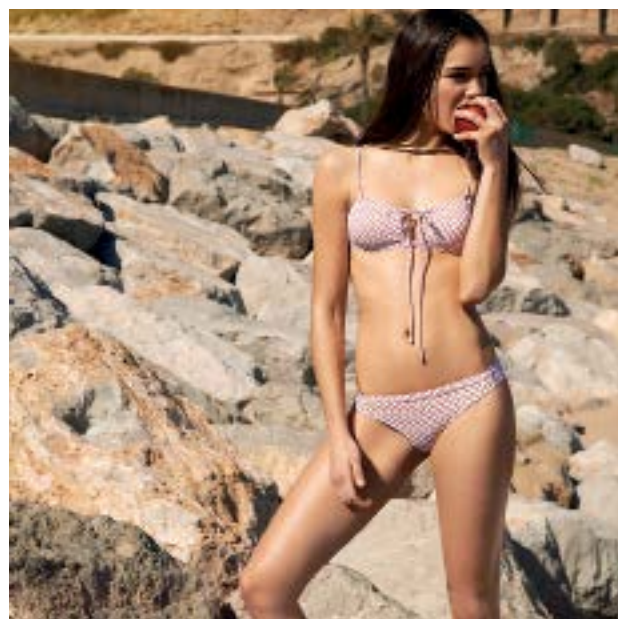
Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Esther Bonet Armengol

Bosses / Bolsos / Bags

T. + 34 667 550 955

bohemianrhapsodybarcelona.com
bohemianrhapsodybcn@gmail.com





Bohodot Barcelona

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Peque de Fortuny

Moda bany / moda íntima y baño / Lingerie

T +34 657 825 566

www.bohodot.es
info@bohodot.es



CACHE.TOI

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Daniela Calamita Dubois

Complements / Complementos / Accessories

T. +34 679 496 508

www.cachetoi-bcn.com
info@cachetoi-bcn.com

CACHE.TOI



CABANAS BCN

Dissenyadores / Diseñadoras / Designers:
Montse Cabanas
Tika Mandarin
Ana Gonzalez

Complements / Complementos / Accessories
Bosses / Bolsos / Bags

T. +34 600 394 839

www.cabanasbcn.com
m.cabanas@cabanasbcn.com



Chocolate y Aguamarina

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Adriana Savastano

Complements / Complementos / Accessories
Tocats i barrets / Togados y sombreros / Headwear
Joieria textil / Joyería textil / Textile jewelry

T. +34 695 255 930

www.chocolateyaguamarina.com
chocolateyaguamarina@gmail.com





**EDANGE
BARCELONA**

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Àngela Navas

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman

T. + 34 645 291 058

www.edange.com
hello@edange.com

EDANGE
BARCELONA



Intro

Dissenyadores / Diseñadoras / Designers:
Clara Serra
Susana Ferreiro

Bany / Baño / Swimwear

T. +34 619 097 021

www.intromoda.com
contacto@intromoda.com



Grey Sunglasses

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Grey Sunglasses

Ulleres / Gafas / Glasses

T. + 34 686 76 64 46

www.greysunglasses.com
info@greysunglasses.com



**IT ROCKS
BARCELONA**

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Mabel Galindo

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman
Complements / Complementos / Accessories

T. + 34 699 647 547

www.itrockstore.com
info@itrockstore.com





JM Surf n Roll

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Pol Miró

Anti-Fashion, Surf, Skate

T. +34 656 433 539

www.jmsurfnroll.com
joanmarc@jmsurfnroll.com



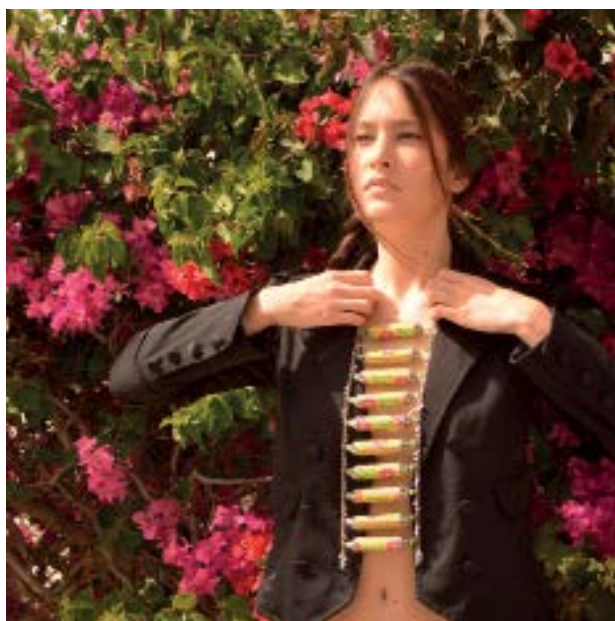
Lola Pedrola

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Lola Pedrola

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman

T. + 34 665.503.274

www.lolapedrola.com
lolapedrola@gmail.com



K de Kose-kose privée

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Ariadna Ferrer

Complements / Complementos / Accessories

T. + 34 605 968 604

www.kdekosekose.com
info@kdekosekose.com
kdekosekosecomplementos@gmail.com



Mundoconalma

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Cristina Gascón

Joieria / Joyería / Jewelry

T. + 34 629 251 236

www.mundoconalma.com
info@mundoconalma.com





NYBILO

Dissenyadors/ Diseñadores / Designers:
Amanda Irigoyen
Patrick Temple

Complements / Complementos / Accessories

T. + 34 630 22 77 96

www.nybilo.com
nybilo@nybilo.com



Petusco Heritage

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Marco Esteve

Complements / Complementos / Accessories
Bosses / Bolsos / Bags

T: +34 93 162 80 80

www.petusco.com
petuscoheritage@gmail.com
prensa@petusco.com



OC & CO

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Cristina Tarragó

Complements / Complementos / Accessories
Bosses / Bolsos / Bags

T. +34 617 771 657 / +34 699 053 920

www.ocandco.es
bcn@ocandco.es



Taranta

Dissenyadores / Diseñadoras / Designers:
Andrea Rodríguez
Montse Rodríguez

Complements / Complementos / Accessories
Joieria / Joyería / Jewelry

T: + 34 620 245 362

www.taranta.es
administracion@taranta.com





Th3 Warriors

Dissenyadors / Diseñadores / Designers:
Marc Castellón
Albert Cañeras

Prêt-à-Porter Home / Hombre / Man

T. +34679 22 49 38

www.th3warriorsbcn.com
marccb@th3warriorsbcn.com



Txano
Complements

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Isabel González Bonillo

Complements / Complementos / Accessories

T. +34 610 421 289

www.txano.es
info@txano.es



TIQÜE

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Lidia Valldaura

Joieria / Joyería / Jewelry

T: + 34 620 703 234

www.tiqüe.com
info@tiqüe.com



UIA Inspirational
Jewelry

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Nuria Bacardit

Joieria / Joyería / Jewelry

T. +34 680 326 853

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





URSULITAS

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Úrsula Ponce Jaime

Calçat / Calzado / Shoes

T. +34 639 603 756

www.ursulitas.com
marta@ursulitas.com

URSULITAS

All day, all night



VSB Barcelona

Dissenyadors / Diseñadores / Designers:
Juan Cañete
Gabriel Silvestri

Joieria / Joyería / Jewelry

www.vsbarcelona.com
info@vsbarcelona.com

VSB
BARCELONA



Virginia Dröm Bags Bcn

Dissenyadora/ Diseñadora/ Designer:
Virginia

Bosses / Bolsos / Bags

T. +34 676 777 041

www.virginiadrom.es
virginia@virginiadrom.es

VD
Virginia Dröm
Bags Barcelona



Woodys Barcelona

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Josep Dosta

Complements / Complementos / Accessories
Ulleres de sol / Gafas de Sol / Sunglasses
Ulleres vista / Gafas de vista / Eyewear

T.: + 34 93 886 91 10

www.woodysbarcelona.com
marketing@woodysbarcelona.com

Woodys
BARCELONA

080 Fashion Market Escoles (Pop-up stores)



27 – 28 / 06 / 2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: Imanol Cruz
Tipus de producte / Tipo de producto / Product : Dona / Mujer / Woman
Telèfon / Teléfono / Phone number: 699139516
Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: cruzimanol@gmail.com
Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: Imanol Cruz

29 / 06 / 2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: Joana
Tipus de producte / Tipo de producto / Product: Dona / Mujer / Woman
Telèfon / Teléfono / Phone number: 639232095
Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: joanaserrat95@gmail.com
Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: Joana Serrat Rovira

30 / 06 / 2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: Anitsir
Tipus de producte / Tipo de producto / Product: Dona / Mujer / Woman
Telèfon / Teléfono / Phone number: 647486426
Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: cristina.moro.parera@gmail.com
Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: Cristina Moro

01 / 07 / 2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: Georgina Labara
Tipus de producte / Tipo de producto / Product: Dona / Mujer / Woman
Telèfon / Teléfono / Phone number: 687695005
Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: ll_anigroeg@hotmail.com
Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: Georgina Labara

Escola de la Dona



27 – 29 / 06 / 2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: PEZPUNTO
Tipus de producte / Tipo de producto / Product: Infantil / Infantil / Kids
Telèfon / Teléfono / Phone number: 606874490
Web: www.pezpunto.com
Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: pezpunto@hotmail.com
Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: Beatriz Hernández Thirion

30 / 06 / 2016 – 01 / 07 / 2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: BIRD APRONS
Tipus de producte / Tipo de producto / Product :
Home / Hombre / Man
Dona / Mujer / Woman
Complements / Complementos / Accessories
Telèfon / Teléfono / Phone number: 617242917
Web: www.birdaprons.com
Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: birdaprons@gmail.com
Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: Tiziana Turcato i Marta Hereu



27 / 06 / 2016 – 01 / 07 / 2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: ODD ONE OUT
Tipus de producte / Tipo de producto / Product : Dona / Mujer / Woman
Telèfon / Teléfono / Phone number: 685 122 172
Web: www.theoddoneoutdesign.com
Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: the.odd.one.out.design@gmail.com
Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: ALICIA GONZÁLEZ LÓPEZ

080 Fashion Market Escoles (Pop-up stores)



27 – 28 / 06 / 2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: PATRICIA PIERA COSTA

Tipus de producte / Tipo de producto / Product:

Home/ Hombre / Man

Dona / Mujer / Woman

Complements / Complementos / Accessories

Calçat / Calzado / Shoes

Joieria / Joyería / Jewelry

Telèfon / Teléfono / Phone number: 675 274 080

Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: elijesspatri@gmail.com

Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: PATRICIA PIERA COSTA

29 / 06 / 2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: INMARCESIBLE

Tipus de producte / Tipo de producto / Product:

Home/ Hombre / Man

Dona / Mujer / Woman

Complements / Complementos / Accessories

Calçat / Calzado / Shoes

Joieria / Joyería / Jewelry

Telèfon / Teléfono / Phone number: 666 541 797

Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: jenn.cvazquez@gmail.com

Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: JENNIFER CABALLERO VAZQUEZ

30 / 06 / 2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: HIPERESTESIA

Tipus de producte / Tipo de producto / Product:

Home/ Hombre / Man

Dona / Mujer / Woman

Complements / Complementos / Accessories

Calçat / Calzado / Shoes

Joieria / Joyería / Jewelry

Telèfon / Teléfono / Phone number: 689742832

Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: kferraor7@gmail.com

Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: KARINA FERRANDO ORTIZ

01 / 07 / 2016

Escola / Escuela / School: ICM, Institut Català de la Moda

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: CORAL MORENO GONZÁLEZ

Tipus de producte / Tipo de producto / Product:

Home/ Hombre / Man

Dona / Mujer / Woman

Complements / Complementos / Accessories

Calçat / Calzado / Shoes

Joieria / Joyería / Jewelry

Telèfon / Teléfono / Phone number: 670 464 256

Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: coral_mg5@hotmail.com

Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: CORAL MORENO GONZÁLEZ



01 / 07 / 2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: CLARA FANLO / EX VMBRA IN SOLEM

Tipus de producte / Tipo de producto / Product :

Home/ Hombre / Man

Dona / Mujer / Woman

Complements / Complementos / Accessories

Calçat / Calzado / Shoes

Joieria / Joyería / Jewelry

Telèfon / Teléfono / Phone number: 622090649

Web: www.idep.es

Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: fanlo.clara@gmail.com

Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: CLARA FANLO



080 Fashion Market Escoles (Pop-up stores)



01 / 07 /2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: ANDRAHANDARIC studio

Tipus de producte / Tipo de producto / Product:

Home/ Hombre / Man

Dona / Mujer / Woman

Complements / Complementos / Accessories

Telèfon / Teléfono / Phone number: +40 769449714

Web: <https://www.facebook.com/ANDRAHANDARIC-487773884665266/?fref=ts>

<https://www.notjustalabel.com/designer/andra-handaric>

Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: andra.handaric@gmail.com

Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: Andra Handaric



Escola d'Art i Disseny

27 / 06 / 2016 – 01 / 07 /2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: Antithesis

Tipus de producte / Tipo de producto / Product :

Home/ Hombre / Man

Dona / Mujer / Woman

Complements / Complementos / Accessories

Calçat / Calzado / Shoes

Joieria / Joyería / Jewelry

Telèfon / Teléfono / Phone number: 647254242

Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: sergio10espinosa@gmail.com

Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: SergioEspinosa

27 / 06 / 2016 – 01 / 07 /2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: Uluwatu

Tipus de producte / Tipo de producto / Product :

Home/ Hombre / Man

Dona / Mujer / Woman

Complements / Complementos / Accessories

Calçat / Calzado / Shoes

Joieria / Joyería / Jewelry

Telèfon / Teléfono / Phone number: 661908747

Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: txellenrich@gmail.com

Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: Txell Enrich

**080 Fashion Market Escoles
(Pop-up stores)**



l'lotja
Escola Superior
de Disseny i Art

27 – 29 / 06 / 2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: HEX Clothing

Tipus de producte / Tipo de producto / Product :

Home/ Hombre / Man

Dona / Mujer / Woman

Complements / Complementos / Accessories

Telèfon / Teléfono / Phone number: David 667288356 , Will 662051080

Web: www.hex-clothing.com

Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: info@hex-clothing.com

Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: David Mingorance & Will McGrath

30 / 06 / 2016 – 01 / 07 / 2016

Nom marca / Nombre Marca / Brand Marca: ZAGV

Tipus de producte / Tipo de producto / Product :

Home/ Hombre / Man

Dona / Mujer / Woman

Telèfon / Teléfono / Phone number: 655780416

Web: www.zagv.es

Correu electrònic / Correo electrónico / E-mail: info@zagv.es

Dissenyador/a / Diseñador/a / Designer: María Zaguire



La Confederació de la Indústria Tèxtil, TEXTOR, torna a organitzar en el marc del 080 Barcelona Fashion la 4ª edició del TEXMEETING by Texfor, el punt de trobada anual del sector Tèxtil, on crear debat, donar solucions i generar networking.

En aquesta edició del Texmeeting, sota el lema Sostenibilitat, es posa sobre la taula la necessitat que la indústria tèxtil aposti cada vegada més per un desenvolupament més sostenible des d'un punt de vista ecològic, social i econòmic, com a integrants d'una societat més respectuosa.

TEXMEETING by Texfor tindrà lloc el 29 de juny a l'Auditori del Institut Nacional d'Educació Física de Catalunya (INEFC) de Barcelona en el marc de la passarel·la catalana i s'espera una afluència d'unes 150 persones entre empresaris, professionals, dissenyadors, premsa i estudiants del sector.

◆ ◆ ◆

La Confederació de la Indústria Tèxtil, TEXTOR, vuelve a organizar en el marco del 080 Barcelona Fashion la 4ª edición del TEXMEETING by Texfor, el punto de encuentro anual del sector Textil, donde crear debate, dar soluciones y generar networking.

En esta edición del Texmeeting, bajo el lema Sostenibilidad, se pone sobre la mesa la necesidad que la industria textil apueste cada vez más por un desarrollo más sostenible desde un punto de vista ecológico, social y económico, como integrantes de una sociedad más respetuosa.

TEXMEETING by Texfor se celebrará el 29 de junio en el Auditorio del Instituto Nacional de Educación Física de Cataluña (INEFC) de Barcelona en el marco de la pasarela catalana y se espera una afluencia de unas 150 personas entre empresarios, profesionales, diseñadores, prensa y estudiantes del sector.

◆ ◆ ◆

TEXTOR (The Confederación de la Industria Textil), is once again organising Texmeeting by Texfor during the 080 Barcelona Fashion show. This will be the third annual meeting for the textile industry, where you can find information and the opportunities for networking that the industry is looking for.

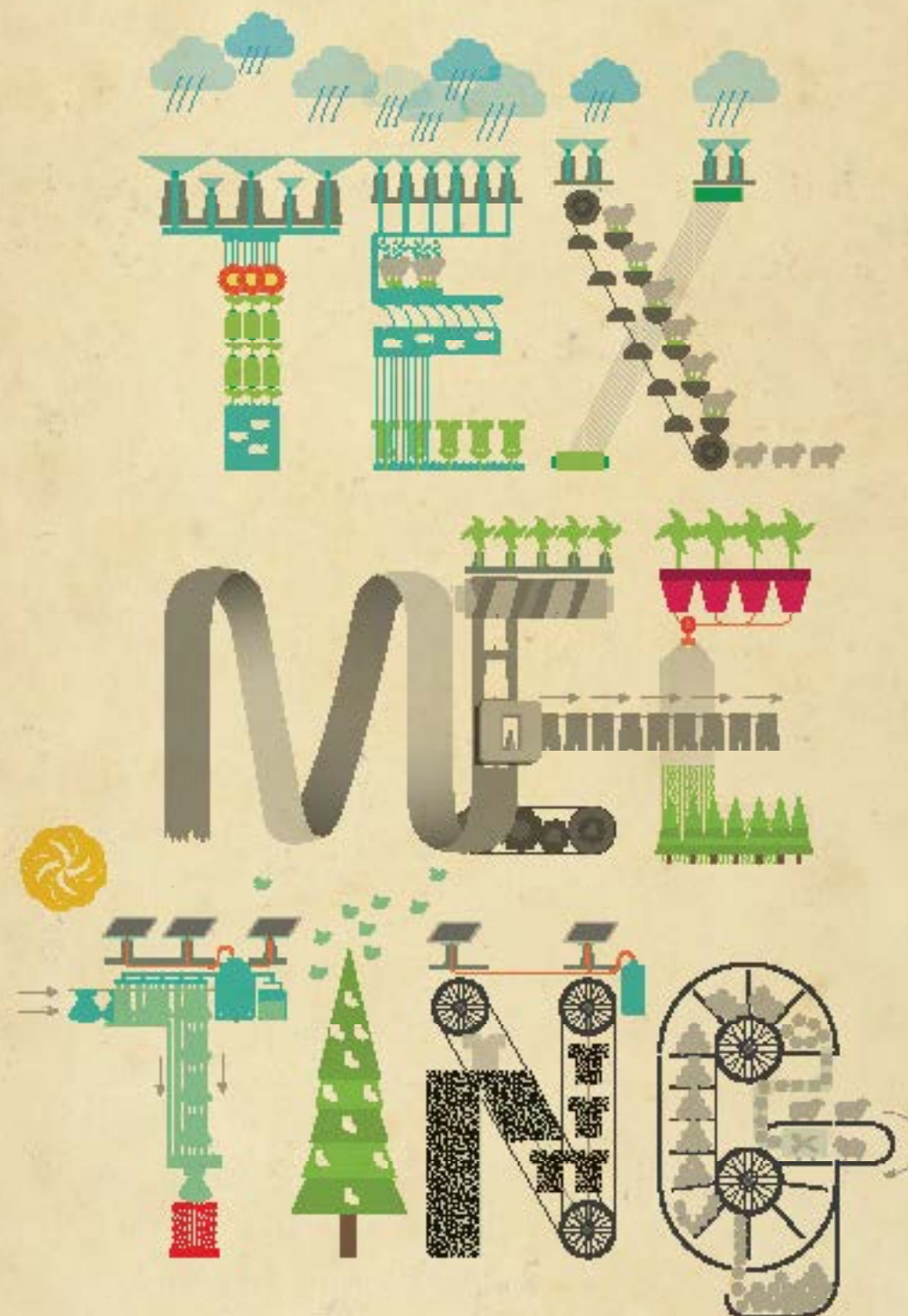
This year, under the theme of Sustainability, Texmeeting wants to raise awareness for the need for the textile industry to increasingly opt for a more sustainable development, from an ecological, social and economic point of view and as members of a more respectful society.

TEXMEETING by Texfor will take place on June 29th in the auditorium of the Instituto Nacional de Educación Física de Cataluña (INEFC) in Barcelona during the Catalan fashion show. We expect an attendance of 150 people including entrepreneur, professionals, designers, press and students of the industry.

C/ Sant Quirze, 30
08201 Sabadell – BCN

T. +34 937 451 917
info@texfor.es
www.texfor.es

sostenibilidad texmeeting 2016 by texfor



Blame

29 / 06 / 2016 - 12.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Pablo Puig

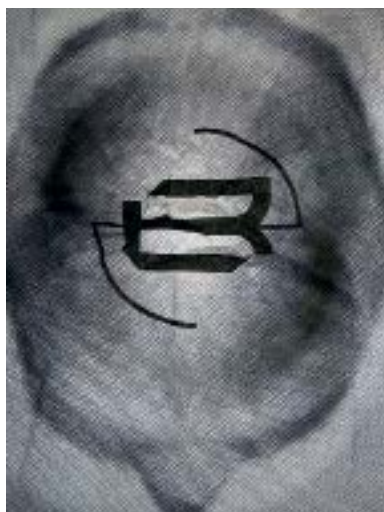
Marca comercial / commercial brand:

Blame Label

+34 633 577 419

www.blamelabel.com

blamelabel@gmail.com



IN DECISION

La indecisió és un estat mental que s'associa al sentiment d'inseguretat, a una excessiva autoexigència i a la falta de claredat en el plantejament de les situacions. En aquest context, llançar una moneda a l'aire suposa un símptoma d'indecisió i el resultat d'aquesta acció és el que busca l'individu.

Blame proposa un exercici diferent. Quan no sàpigues quina decisió prendre, llança una moneda a l'aire. No per prendre una decisió segons el resultat, sinó per escoltar el teu ésser interior en el moment en què la moneda estigui girant. Es tracta d'un procés que ens ajuda a fer augmentar la confiança en nosaltres mateixos i així sentir la tranquil·litat que es troba en la decisió dels nostres propis desitjos.

Blame, amb la col·lecció IN DECISION, a través de tècniques, teixits i línies, ofereix un vestuari apte per enfrontar-te a la presa de qualsevol determinació, amb la seguretat i el confort necessaris que exigeix el dia a dia.

La indecisión, es un estado mental que se asocia al sentimiento de inseguridad, a una excesiva autoexigencia y a la falta de claridad en el planteamiento de las situaciones. En este contexto lanzar una moneda al aire supone un síntoma de indecisión, donde el resultado de dicha acción es lo que busca el individuo. Blame propone un ejercicio distinto.

Cuando no sepas que decisión tomar lanza una moneda al aire. No para tomar una decisión en base al resultado, sino para escuchar tu ser interior en el momento en el que la moneda esté cayendo. Se trata de un proceso que nos ayuda a aumentar la confianza en nosotros mismos y así sentir la tranquilidad que se encuentra en la decisión de nuestros propios deseos.

Blame, con la colección IN DECISION, a través de técnicas, tejidos y líneas ofrece un vestuario apto para enfrentarte a la toma de cualquier determinación con la seguridad y el confort necesarios que exige el día a día.

Indecision is a mental state that is associated with the feeling of insecurity, perfectionism and lack of clarity in the approach to situations. In this context tossing a coin is a symptom of indecision, where the result of such action is what the individual wants.

Blame proposes a different exercise: When you do not know what decision to make, toss a coin; not to make a decision based on the result, but to listen to your inner self while the coin is spinning in the air. It is a process that helps us build confidence in ourselves and so feel the tranquility found in deciding on our own desires.

BLAME's collection IN DECISION, through techniques, fabrics and lines, offers a suitable wardrobe to face making any determination, with the safety and comfort required by the day to day.

Brain & Beast

30 / 06 / 2016 - 21h

Dissenyador / diseñador / designer:

Àngel Vilda

Marca comercial / commercial brand:

BRAIN & BEAST

T. +34 608 015 808

www.brainandbeast.com

info@brainandbeast.com



TRANSITIONAL PHENOMENA

Segons el psicoanalista anglès Donald Winnicott, un objecte transicional és aquell en el qual el nen diposita cert lligam amb funcions psicològiques importants, com provar de dormir o calmar l'avoriment. Sorgeix com un objecte que supleix certes funcions de la mare quan ella no hi és, i l'ajuda a controlar l'ansietat de la separació. Aporta seguretat i constitueix una font de plaer, i és, a la vegada, objectiu (objecte real) i subjectiu (perquè se li atribueixen funcions en el camp de la imaginació).

Com a precursor simbòlic, permet que el nen constitueixi una àrea intermèdia entre ell mateix i la realitat. Posteriorment, en desaparèixer l'objecte com a tal, aquesta zona intermèdia serà on tindran lloc el joc, la creativitat, l'art i la cultura. Les circumstàncies que envolten aquest objecte s'anomenen, doncs, fenòmens transicionals.

Según el psicoanalista inglés Donald Winnicott, un objeto transicional es aquel en el cual el niño deposita cierto apego con funciones psicológicas importantes, como pretender dormir o calmar el hastío. Surge como un objeto que suple ciertas funciones de la madre cuando ésta está ausente y le ayuda a controlar la ansiedad de la separación. Aporta seguridad y constituye una fuente de placer, siendo a la vez objetivo (objeto real) y subjetivo (por que se le atribuyen funciones en el campo de la imaginación).

Como precursor simbólico, permite al niño constituir un área intermedia entre él mismo y la realidad. Posteriormente, al desaparecer el objeto como tal, esa zona intermedia será donde se dé el juego, la creatividad, el arte y la cultura. Las circunstancias que rodean dicho objeto se denominan pues, fenómenos transicionales.

According to British psychoanalyst Donald Winnicott, a transitional object is one to which a child formed some attachment with important psychological functions, like aiding to sleep or relieving boredom. It emerges as an object that replaces certain functions of the mother when she is absent and helps control the anxiety of separation. It provides security and is a source of pleasure, being both objective (real object) and subjective (that is attributed functions in the field of imagination).

As a symbolic precursor, it allows the child to create an intermediate zone between itself and reality. Subsequently, with the disappearance of the object as such, the intermediate zone becomes the ground of play, creativity, art and culture. The circumstances surrounding the object are called therefore, transitional phenomena.

Carlotaoms

27 / 06 / 2016 - 12.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Elisabet Carlota i Elisenda Oms

Marca comercial / commercial brand:

Carlotaoms

T. +34 618 199 349 / 626 257 262

www.carlotaoms.com

studio@carlotaoms.com



EQUILÀTER ♦ EQUILATERO ♦ EQUILATERAL

Un mateix objecte és vist amb la mirada de l'ahir, de l'avui i del demà. Tres persones assegudes analitzen l'objecte que hi ha sobre la taula.

L'ahir de la persona que deixant la terra va anar a la ciutat buscant una altra forma de subsistir.

L'avui de qui se sent empès per un canvi constant. De qui viu en un lloc aliè obligat a reinterpretar la realitat amb rapidesa.

El demà de qui defuig de la imparable tecnologia. De la persona que s'inventa el seu hort a la terrassa.

L'objecte és un tomàquet.

CARLOTAOMS pretén transmetre un concepte de naturalesa evolutiva mitjançant estampats, colors i formes. Les tres visions temporals hi estan reflectides buscant la comoditat i utilitat de les peces.

Un mismo objeto es visto con la mirada del ayer, del hoy y del mañana. Tres personas sentadas analizan el objeto que hay sobre la mesa.

El ayer de la persona que dejando la tierra fue a la Ciudad buscando otra manera de subsistir.

El hoy del que se siente impulsado por un cambio constante. Del que vive en un lugar ajeno obligado a reinterpretar la realidad con rapidez. El mañana de quien huye de la imparable tecnología. De la persona que se inventa su huerto en la terraza.

El objeto es un tomate.

CARLOTAOMS pretende transmitir un concepto de naturaleza evolutiva a través de estampados, colores y formas. Las tres visiones temporales están reflejadas buscando la comodidad y utilidad de las prendas.

One same object is seen through the eyes of yesterday, today and tomorrow. Three people sitting analyzing the object that is on the table.

The yesterday of a person who left the country for the city looking for another way to survive.

The today of those who feel driven by constant change, who live in alien surroundings and are forced to reinterpret reality quickly. The tomorrow of those who shun unstoppable technology; of the person who invents his garden on the terrace.

The object is a tomato.

CARLOTAOMS wants to convey a concept of nature evolving through patterns, colors and shapes. The three temporal visions are reflected in the way the garments provide comfort and utility.

Celia Vela

27 / 06 / 2016 - 14h

Dissenyador / diseñador / designer:

Celia Vela

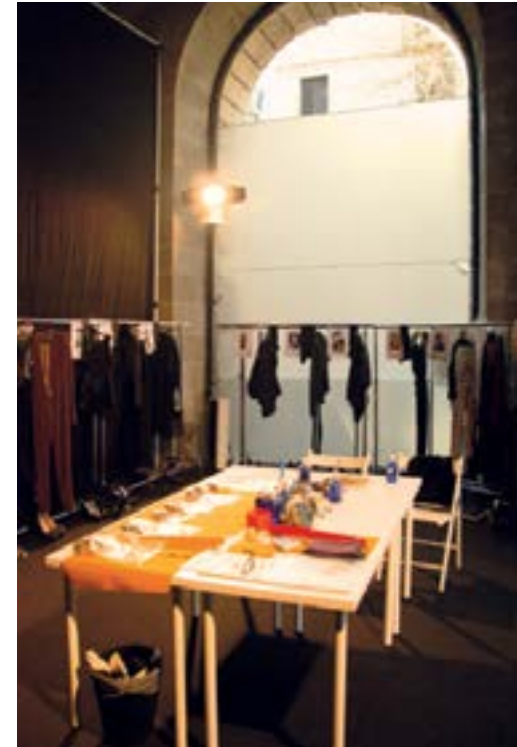
Marca comercial / commercial brand:

Celia Vela

T. +34 972 674 617

www.celiavela.com

showroom@celiavela.com



D'agost a setembre ♦ De agosto a septiembre ♦

From August to September

La immediatesa no sembla una opció. La moda és efímera per naturalesa. Transgredir ha estat sempre un recurs creatiu. Dissenyar sense ser conscient del món per al qual es dissenya no sembla sensat. Tots els camins semblen portar-nos al mateix lloc. D'agost a setembre. Més enllà hi ha, només, el futur llunyà... i una nova càpsula esperant.

La inmediatez no parece una opción. La moda es efímera por naturaleza. Transgredir ha sido siempre un recurso creativo. Diseñar sin ser consciente del mundo para el que se diseña no parece sensato. Todos los caminos parecen llevarnos al mismo sitio. De agosto a septiembre. Más allá está, sólo, el futuro lejano... y una nueva cápsula esperando.

Immediacy does not seem to be an option. Fashion is ephemeral by nature. Transgression has always been a creative resource. Designing without being aware of the world for which one is designing does not seem sensible. All paths seem to lead us to the same place. From August to September. Beyond- is only the distant future ... and a new capsule awaiting.

Como un pez en el agua

01 / 07 / 2016 - 11.30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Sandra Puig

Marca comercial / commercial brand:
COMO UN PEZ EN EL AGUA

T. +34 649 426 164

www.comounpezenelagua.com
sandra@comounpezenelagua.com



como un
pez
en el
agua

Swim Dreams

La nostra aventura comença a les paradisíiques aigües del mar del Carib, amb peces d'estampats fruiters i alegres volants que es mouen al so dels ritmes llatins. Continua pels exòtics paratges de la Polinèsia, on l'exuberància de flors tropicals i les palmeres dóna vida a peces suggeridores, amb predomini de talls asimètrics i proporcions XS. El nostre viatge oníric acaba al continent africà, on podem gaudir del contrast dels seus paisatges, que ens convida a barrejar-nos amb la seva esplendor, a través dels nostres intrèpids camuflatges en tons mar i sabana, engalanats per l'atraient colorit de les flors i l'animal print.

Nuestra aventura comienza en las paradisíicas aguas del mar del Caribe, con piezas de estampados frutales y alegres volantes que se mueven al son de los ritmos latinos. Continúa por los exóticos parajes de la Polinesia, donde la exuberancia de flores tropicales y palmeras da vida a prendas sugerentes, con predominio de cortes asimétricos y proporciones XS. Nuestro viaje onírico termina en el continente africano, disfrutando del contraste de sus paisajes, que nos invita a mezclarnos con su esplendor, a través de nuestros intrépidos camuflajes en tonos mar y sabana, engalanados por el atrayente colorido de las flores y el print animal.

Our adventure begins in the pristine waters of the Caribbean Sea with pieces with cheerful fruit prints and frills that flounce to the beat of Latin rhythms. We remain in the exotic landscapes of Polynesia, where the lush tropical flowers and palm trees breathe life into suggestive garments of predominantly asymmetrical cuts and XS proportions. Our dream journey ends on the African continent, enjoying the contrasts of its scenery, inviting us to mingle with its splendor, through our bold camouflages in marine and savannah hues, adorned with attractive colorful flower and animal prints.

Custo Barcelona

29 / 06 / 2016 - 21h

Dissenyador / diseñador / designer:
Custo Dalmau

Marca comercial / commercial brand:
Custo Barcelona

T. +34 933 788 410

www.custo.com
repcion@custo-barcelona.com

CUSTO®
B A R C E L O N A

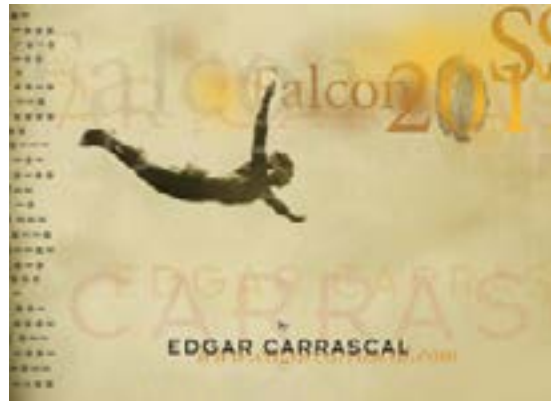
Primavera-estiu 2017

Edgar Carrascal

28 / 06 / 2016 - 12h

Dissenyador / diseñador / designer:
Edgar Carrascal
Marca comercial / commercial brand:
Edgar Carrascal

T. +34 637 984 130
www.edgarcarrascal.com
carrascal@edgarcarrascal.com
edgarcarrascal@conceptagency.net



EDGAR CARRASCAL

FALCON SS17

El punt de partida és l'estat d'ànim en què em trobo: em sento lliure i ple d'anhels, i m'apassiona experimentar la llibertat del Duke, aquell home que es llança a la immensitat d'un cel tintat de groc a les fotografies d'A. R. Gurrey Jr.. Aquella sensació de llibertat en veure's suspès com un falcó en els dies d'estiu, quan els rajos del sol tenyeixen de daurat els nostres pensaments.

Per mi, el vestuari d'aquest home expressiu i aguerrit davant la vida va carregat d'amplitud, saviesa i intuïció. Barreja peces de diferents longituds i abusa del blanc, del groc mantega o del verd jade.

El punto de partida es el estado de ánimo en el que me encuentro: me siento libre y lleno de anhelos y me apasiona experimentar la libertad de Duke, ese hombre que se lanza a la inmensidad de un cielo tintado de amarillo en las fotografías de A.R. Gurrey Jr.. Esa sensación de libertad al verse suspendido como un halcón en los días de verano, cuando los rayos del sol tiñen de dorado nuestros pensamientos.

Para mí, el vestuario de este hombre expresivo y aguerrido frente a la vida va cargado de amplitud, sabiduría e intuición. Mezcla piezas de diferentes longitudes y abusa del blanco, del amarillo mantequilla o del verde jade.

The starting point is the state of mind in which I find myself: I feel free and full of longing and I love to experience the freedom of Duke, the man who takes to the immensity of a yellow tinted sky in the photographs of A.R. Gurrey Jr. That sense of freedom of being suspended in the sky like a hawk on a summer's day when the sun's rays infuse our thoughts with gold.

For me, the wardrobe of this brave expressive man is charged with amplitude, wisdom and intuition. The collection mixes pieces of different lengths and relies heavily on white, butter yellow and jade green.

Eline Van Ree

01 / 07 / 2016 - 10h

Dissenyador / diseñador / designer:
Eline Van Ree
Marca comercial / commercial brand:
Eline Van Ree

T. +34 620 34 27 60

info@elinevanree.com
www.elinevanree.com



ELINE VAN REE

TWIGGY

El desenvolupament de la col·lecció Twiggy va des de siluetes femenines, frívols, inspirades en els anys 20, fins a les siluetes geomètriques més brusques, en què els temes de Picasso tenen un paper important. Igual que en la col·lecció anterior, les serigrafies manuals tornen a formar part del joc. La gamma de colors comprèn el blau elèctric, el verd molsa, el plata i el blanc i negre; no s'hi permeten altres colors.

També hi està introduint gèneres de punt jacquard, per donar suport al projecte de dos joves empresaris (projecte anomenat Madame Seguin). Aquests empresaris estan creant petites fàbriques a Mongòlia per donar suport a la producció local de llana i de caixmir. Totes les altres peces es produeixen a petites fàbriques al voltant de Barcelona.

La evolución de la colección Twiggy va desde siluetas femeninas, frívolas, inspiradas en los años 20, hasta las siluetas geométricas más bruscas en las que los temas de Picasso juegan un papel importante. Igual que en la colección anterior, las serigrafías manuales vuelven a formar parte del juego. La gama de colores son el azul eléctrico, verde musgo, plata, blanco y negro, no se permiten otros colores.

También está introduciendo géneros de punto jacquard, apoyando así el proyecto de dos jóvenes empresarios (proyecto llamado Madame Seguin). Estos empresarios están montando pequeñas fábricas en Mongolia para apoyar la producción local de la lana y de cachemir. Todas las demás prendas se producen en pequeñas fábricas en los alrededores de Barcelona.

The evolution of the Twiggy collection goes from feminine, frivolous silhouettes inspired on the '20 till rougher stronger geometric silhouettes where the Picasso theme plays an important role. Just like in the previous collection the hand created silkscreen prints are back in the game. The color chart is electric blue, moss green, silver, black & white, no other colors are allowed :).

I am also introducing jacquard knitwear by supporting a project of two young entrepreneurs (project named Madame Seguin).

They are developing factories in Mongolia in order to support the local production of wool and cashmere. All the other garments are made in small factories in the surrounding areas of Barcelona.

Garcia Madrid

30 / 06 / 2016 - 18h

Dissenyador / diseñador / designer:
Manuel García
Marca comercial / commercial brand:
GARCIA MADRID

T. +34 91 431 46 16
garciamadrid.com
press@garciamadrid.com



garcia madrid

COINCIDENT AMB EL DESÈ ANIVERSARI DE LA FIRMA, GARCIA MADRID PRESENTA LA SEVA COL·LECCIÓ SS17 AMB UNA DESFILADA A 080 BARCELONA FASHION, EN EL QUE CONJUGA MODA I ART. I UN TOC DE BOGERIA.

Què és la bogeria? Qui decideix quina realitat és la correcta? És la de l'interior del cap d'un boig o la dels anomenats entenimentats? On és la línia que separa un plà de l'altre?

Respuestas que busquem utilitzant teixits tradicionalment assignats a un tipus de peces en altres de diferents. Creant noves formes de vida.

Noves combinacions, noves formes de veure les coses.

Una col·lecció contemporània, amb un toc arty, molt fresh. Una elegància inspirada en el carrer. En els millors i més perturbadors llibres, pel·lícules i sèries de ciència ficció. Qüestionant-ho tot. Donant un altre pas de rosca.

COINCIDIENDO CON EL DÉCIMO ANIVERSARIO DE LA FIRMA, GARCIA MADRID PRESENTA SU COLECCIÓN SS17 CON UN DESFILE EN 080 BARCELONA FASHION, EN EL QUE AÚNA MODA Y ARTE. Y UN TOQUE DE LOCURA.

¿Qué es la locura? ¿Quién decide qué realidad es la correcta? ¿Es la del interior de la cabeza del loco o la de los llamados cuerdos? ¿Dónde está la línea que separa un plano del otro?

Respuestas que buscamos utilizando tejidos tradicionalmente asignados a un tipo de prendas en otras distintas. Creando formas de vida distintas, un universo nuevo.

Nuevas combinaciones, nuevas formas de ver las cosas.

Una colección contemporánea, con un toque arty, muy fresh. Una elegancia relajada inspirada en la calle. En los mejores y más perturbadores libros, películas y series de ciencia ficción. Cuestionándolo todo. Dando otra vuelta de tuerca.

CELEBRATING BRAND'S 10TH ANNIVERSARY, GARCIA MADRID LAUNCHES SS17 COLLECTION WITH A FASHION SHOW IN 080 BARCELON, MIXING ART AND FASHION. AND A TOUCH OF MADNESS.

What is madness? Who decides what reality is the right one? It is the one's inside the mad's head or the one in so-called sane ones? Where is the line between one level and another?

Answers we seek using fabrics traditionally assigned to a type into another ones. Creating different ways of life, a new universe.

New combinations, new ways of seeing things.

A contemporary collection, with an arty touch, very fresh. A relaxed elegance inspired by the street. In the best way sci-fi books, movies and tv series do. Questioning everything. Giving another twist.

Guillermina Baeza

28 / 06 / 2016 - 13.30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Guillermina Baeza
Marca comercial / commercial brand:
Guillermina Baeza

T. +34 93 205 57 60
www.guillerminabaeza.es
product@guillerminabaeza.es



GUILLERMINA BAEZA

DREAMS OF PARADISE

Em llevo un matí assolellat. Primer WhatsApp del dia: una amiga meva que em convida per sorpresa a passar quatre dies a la meravellosa vil·la Lola, prop de Ramatuelle... M'he de decidir ja. No m'ho penso, obro la maleta: banyador per a la piscina del jardí, un biquini per al pícnic a la platja, un per a la migdiada a l'hamaca i que no hi falti l'especial per als capvespres amb una copa a guingueta, ballant a la sorra...

Tanco la maleta amb tota la col·lecció de Guillermina Baeza. Ara sé que m'ho passaré genial! La feminitat plana sobre la col·lecció de Guillermina Baeza. Romanticisme i delicadesa amb un toc bohemi. Es prioritzen els teixits delicats, com calats, estructures, organzes stretch i tocs metal·litzats sobre els prints, que converteixen els banyadors i els biquinis en tesoros que conqueriran totes les mirades.

Les transparències treballades en ganxet deixen la pell al descobert i busquen un esperit boho. La gamma de colors és delicada i exòtica. Roses, malves, grocs, taronges i blaus intensos s'alternen amb l'elegància del negre.

Me levanto en una mañana soleada. Primer Whatsapp del día: una amiga invitándome por sorpresa a pasar cuatro días en la maravillosa villa Lola, cerca de Ramatuelle... Tengo que decidir ya. No me lo pienso, abro la maleta: bañador para la piscina del jardín, un bikini para el picnic en la playa, uno para la siesta en la hamaca y que no falte el "especial" para los atardeceres con una copa en el chiringuito, bailando en la arena...

Cierro la maleta con toda la colección de Guillermina Baeza. ¡Ahora sé que me lo pasaré genial! La feminidad se planea sobre la colección de Guillermina Baeza. Romanticismo y delicadeza con un toque bohemio. Se priorizan los tejidos delicados como calados, estructuras, organzas stretch y toques metalizados sobre los prints, convirtiendo los bañadores y bikinis en tesoros que conquistarán todas las miradas.

Las transparencias trabajadas en crochet dejan la piel al descubierto buscando su espíritu boho. La gama de colores es delicada y exótica. Rosas, malvas, amarillos, naranjas y azules intensos se alternan con la elegancia del negro.

I wake up on a sunny morning, first whatsapp of the day, a friend inviting me by surprise to spend four days in the wonderful villa Lola, near Ramatuelle ... I have to decide right then, I don't think twice, I open the suitcase, swimsuit for the garden pool, a bikini for the picnic on the beach, one for a nap in the hammock and don't forget the "special one" for sundowners at the beach-bar, dancing in the sand ...

I close my suitcase with the entire collection of Guillermina Baeza inside.

Now I know I'll have a great time! The Guillermina Baeza collection exudes femininity. Romanticism and delicacy with a Bohemian touch. Delicate fabrics take forefront: lace, structures, stretch organza and metallic touches on the prints, making swimsuits and bikinis into treasures that conquer all eyes.

Transparencies worked in crochet leaving skin to bare its boho spirit... colors are delicate and exotic. Pink, purple, yellow, orange and intense blue are alternated with the elegance of black.

Josep Abril

28 / 06 / 2016 - 18h

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

T. +34 93 0047280 - 640 666 525

www.josepabril.com
contact@josepabril.com



JOSEP ABRIL

SS#2017N39 BEHIND

Justicia Ruano

27 / 06 / 2016 - 18h

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

T. +34 933 078 130

www.justiciaruano.com
info@justiciaruano.com



JUSTICIA RUANO

REVOLUTIONARY ROAD

Desig per noves formes d'autoexpressió que proposin reflexionar o proclamar una alternativa, i que intentin desafiar o evocar l'estat de les circumstàncies de l'entorn per afavorir un desenvolupament artístic.

Manuales per embellir i aportar rajos de llum i d'esperança al llenç de la vida.

Obsessió per barrejar materials, textures, colors i acabats. Flaixos de color i motius geomètrics.

Una trobada entre sofisticació i vida moderna. Un psicodèlia de materials per crear peces fortes i extravagants en la seva justa mesura.

Deseo por nuevas formas de auto-expresión que propongan reflexionar o proclamar una alternativa y que traten de desafiar o evocar el estado de las circunstancias del entorno favoreciendo un desarrollo artístico.

Murales para embellecer y aportar rayos de luz y esperanza al canvas de la vida.

Obsesión por mezclar materiales, texturas, colores y acabados. Flashs de color y motivos geométricos.

Un encuentro entre sofisticación y vida moderna. Una psicodelia de materiales para crear piezas fuertes y extravagantes en su justa medida.

A desire for new forms self-expression to force reflection or proclaim an alternative and try to challenge or create a state of circumstances that favor an environment of artistic development.

Murals to beautify and bring rays of light and hope to the canvas of life.

Obsession to mix materials, textures, colors and finishes. Flashes of color and geometric motifs.

A meeting between sophistication and modern life. A psychedelic mix of materials to create strong and extravagant pieces in their right measure.

Krizia Robustella

27 / 06 / 2016 - 12.30h

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

T. +34 932 682 668

www.kriziarobustella.com
krizia@krizarobustella.com



HAPPY ENDING

En la mayoría de culturas la muerte sol veure's com una cosa negativa, trista i dolorosa. En altres cultures, en canvi, la mort és només el final d'una etapa i el principi d'una altra. Happy Ending és la nova col·lecció de la dissenyadora Krizia Robustella per a l'estiu 2017, un funeral on el color, les flors i la ironia són els protagonistes.

Els estampats, de mà de l'artista David Méndez Alonso, s'omplen d'iconografia consistent en pistoles, navalles i punys americans, barrejats amb smileys, plantes i reixes. Personatges urbans característics de Robustella, en els quals el luxe i l'esport es barregen per crear aquest vestuari funny-fúnebre.

En la mayoría de culturas la muerte suele verse como algo negativo, triste y doloroso. En otras en cambio, la muerte es sólo el fin de una etapa y el principio de otra. Happy Ending es la nueva colección de la diseñadora Krizia Robustella para el verano 2017, un funeral donde el color, las flores y la ironía son los protagonistas.

Los estampados, de la mano del artista David Méndez Alonso, se llenan de iconografía gansta: pistolas, navajas y puños americanos mezclados con smileys, plantas y rejas. Personajes urbanos característicos de Robustella donde el lujo y el deporte se mezclan para crear este vestuario funny-fúnebre.

In most cultures death is largely seen as something negative, sad and painful. In others however, death is only the end of one stage and the beginning of another. Happy Ending is the new collection of designer Krizia Robustella for summer 2017, a funeral where color, flowers and irony are the protagonists.

The prints by hand of the artist David Mendez Alonso are filled with the tough iconography of guns, knives and brass knuckles mixed with smileys, plants and fences. Robustella's signature urban characters blend luxury and sport to create this funny-funereal wardrobe.

Lebor Gabala

29 / 06 / 2016 - 19.30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Maite Muñoz Roy
Marca comercial / commercial brand:
Lebor Gabala

T. +34 934 234 374

www.leborgabala.com
info@leborgabala.com

LEBOR GABALA

Memòries del mar de Java ♦ Memorias del mar de Java ♦ Memories of the Java Sea

Aquesta temporada Primavera/ Estiu 2017, Lebor Gabala realitza un viatge a les exòtiques terres d'Indonèsia, on descobreix el tracte càlid de la brisa dels seus mars i la lluentor de les seves aigües.

La col·lecció presenta elements que et transporten a un espai tranquil i relaxat, on cos i ànima conviuen en harmonia. Els colors brillants del tròpic generen emocions que inspiren a l'espectador a realitzar un viatge imaginari.

Amb el seu estil desenfadat, la silueta de Lebor Gabala acompanya el cos i permet que es desplaci confortablement: peces folgades que reflecteixen el moviment de l'aigua i línies orgàniques com a mostra de la seva unió amb la natura. Sempre fidel a les seves arrels, presenta jerseis de tons lluminosos, inspirats en els colors de la seva àmplia fauna marina.

Esta temporada Primavera-Verano 2017, Lebor Gabala realiza un viaje a las exóticas tierras de Indonesia, donde descubre el cálido trato de la brisa de sus mares y el brillo de sus aguas.

La colección presenta elementos que te transportan a un espacio tranquilo y relajado, donde cuerpo y alma conviven en armonía. Los colores brillantes del trópico generan emociones que inspiran al espectador a realizar un viaje imaginario.

Siguiendo con su estilo desenfadado, la silueta de Lebor Gabala acompaña el cuerpo permitiéndole desplazarse confortablemente: prendas holgadas que reflejan el movimiento del agua y líneas orgánicas como muestra de su unión con la naturaleza. Siempre fiel a sus raíces presenta jerséis con tonos luminosos, inspirados en los colores de su amplia fauna marina.

This Spring-Summer 2017 Lebor Gabala takes a trip to the exotic lands of Indonesia to delight in its warm sea breezes and the crystal clearness of its waters.

The collection features elements that transport you to a calm and relaxed space where body and soul coexist in harmony. The bright colors of the tropics generate emotions that inspire viewers to make an imaginary journey.

Following on in its casual style, the Lebor Gabala silhouette accompanies the body, allowing it to move comfortably: loose clothing that mimics the movement of water and organic lines as a sign of union with nature. Always faithful to its roots Lebor Gabala presents sweaters in bright color, inspired by the colors of the vast marine fauna.

Loa by Lidia Aguilera

01 / 07 / 2016 - 10h

Dissenyador / diseñador / designer:
LIDIA AGUILERA
Marca comercial / commercial brand:
LOA by Lidia Aguilera

T. +34 93 531 88 99
www.loa.eu.com
info@loa.eu.com

LOA
BY LIDIA AGUILERA

Beauty of simplicity

Spring/Summer 2017

Beauty of Simplicity

Basada en la combinació de diferents textures i matèries per donar volum a colors subtils i polsosos, amb accents de colors vius i metal·litzats. Teixits naturals que respecten el nostre equilibri, valors per conservar i recuperar tècniques artesanals, respecte pel planeta. Aspecte orgànic, natural i rústic, amb aires mediterranis, que caracteritzen la part més artesanal de LOA. Formes i volums especials formen part d'aquesta col·lecció, en què el terme midi adquireix un gran protagonisme en les siluetes. Evolució constant per conservar la nostra bellesa sense renunciar a estar còmodes i a ser part de l'incansable dia a dia, que hi aporta un aire urbà.

Basada en la combinación de diferentes texturas y materias para dar volumen a colores sutiles y empolvados, con acentos de colores vivos y metalizados. Tejidos naturales que respetan nuestro equilibrio, valores por conservar y recuperar técnicas artesanales, respeto por el planeta. Aspecto orgánico, natural y rústico con aires mediterráneos que caracterizan la parte más artesanal de LOA. Formas y volúmenes especiales forman parte de esta colección en la que el término midi adquiere gran protagonismo en las siluetas. Evolución constante por conservar nuestra belleza sin renunciar a estar cómodas y ser parte del incansable día a día, aportando un aire urbano.

The collection is based on the combination of different textures and materials to add volume to subtle pastel colors, with accents in more striking and metallic colors. Natural fabrics that respect our own balance, preserve and restore values like craftsmanship and respect the planet. Organic, natural and rustic look with Mediterranean airs that characterize the more artisanal part of LOA. Special shapes and volumes are part of this collection in which the term midi acquires prominence in the silhouettes. Fashion evolving to preserve our beauty without giving up anything. Being comfortable and being part of our tireless day to day and providing an urban flair.

Miquel Suay

27 / 06 / 2016 - 19.30h

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

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



Miquel Suay Spring/Summer 2017

Miquel Suay visualitza el fascinant entorn que neix de l'exploració de les possibilitats constructives i plàstiques de l'obra de Zaha Hadid. Força emocional que fa que arrenqui tot el projecte creatiu de la nova col·lecció de prêt-à-porter masculí 2017. Zaha Hadid, artista d'allò impossible, és considerada l'arquitecta més audaç i avantguardista de l'arquitectura moderna internacional. La seva obra inspira un llenguatge de corbes exuberants, un clar exercici de llibertat expressiva, que crea formes sorprenents. És poesia en moviment. Ajudant-nos a deixar enrere la lògica, servint-nos de la intuïció a la recerca d'una bellesa sinuosa i infinita.

Una col·lecció de disseny avantguardista, funcional i pràctic, però a la vegada amb una actitud que experimenta amb textures que, en definitiva, juguen amb els sentits. Per a l'home inconformista i versàtil, amb un equilibri perfecte entre innovació i elegància.

Miquel Suay visualiza el fascinante entorno que nace a través de la exploración de las posibilidades constructivas y plásticas, de la obra de Zaha Hadid. Fuerza emocional que hace que arranque todo el proyecto creativo de la nueva colección de prêt-à-porter masculino 2017. Zaha Hadid, artista de lo imposible, es considerada la arquitecta más audaz y vanguardista de la arquitectura moderna internacional. Su obra inspira un lenguaje de curvas exuberantes, un claro ejercicio de libertad expresiva, que crea formas sorprendentes. Es poesía en movimiento. Ayudándonos a dejar atrás la lógica, sirviéndonos de la intuición en búsqueda de una belleza sinuosa e infinita.

Una colección de diseño vanguardista, funcional y práctico, pero a la vez con una actitud que experimenta con texturas que, en definitiva, juegan con los sentidos. Para el hombre inconformista y versátil, con un equilibrio perfecto entre innovación y elegancia.

Miquel Suay displays the fascinating environment that arises through the exploration of the constructive and plastic possibilities of the work of Zaha Hadid. From there the emotional power that forms the basis of the entire creative project of the new collection of male ready-to-wear for 2017. Zaha Hadid, artist of the impossible, is considered the most daring and avant-garde architect of international modern architecture. Her work inspires a language of lush curves, a clear exercise of freedom of expression, creating surprising forms. It is poetry in motion, helping us to leave logic behind and to use our intuition in search of a sinuous and infinite beauty.

A collection with an avant-garde, functional and practical design, and also with a bold attitude that experiments with textures that end up playing with the senses. For the versatile maverick, the collection strikes a perfect balance between innovation and elegance.

Miriam Ponsa

28 / 06 / 2016 - 19.30h

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

T. +34 938 72 17 58
www.miriamponsa.com
info@miriamponsa.com



MIRIAM PONSA

La collita de l'arròs ♦ La cosecha del arroz ♦ The rice harvest

Des de temps immemorials les creences al Japó han relacionat els Déus amb la protecció dels camps d'arròs. La floració dels cirerers anuncia l'arribada dels Déus i s'inicia la temporada de sembra de l'arròs, amb la celebració d'homenajes.

El ritual de l'arròs al Japó és la inspiració d'aquesta col·lecció. Les feixes dels arrossals es representen amb la superposició de teixits, creant formes orgàniques. Les formes oversize i la indumentària festiva són presents a la col·lecció.

S'utilitzen les cintes que porten els arrossers per lligar-se les mànigues i la part de baix de les cames. Es treballen cintes i cordes que evocuen la planta de l'arròs.

La combinació de teixits és una constant, predominen els naturals com el cotó, lli, seda i lyocell.

Els colors emulen la natura i els arrossars, des del color fang al verd de la planta florida

Desde tiempos inmemoriales las creencias en Japón han relacionado los dioses con la protección de los campos de arroz. La floración de los cerezos anuncia la llegada de los dioses y es cuando se inicia la temporada de siembra del arroz, con la celebración de homenajes.

El ritual del arroz en Japón es la inspiración en esta colección. Los bancales de los arroz se representan en la superposición de tejidos, creando formas orgánicas. Las formas oversize y la indumentaria festiva son presentes en la colección.

Se utilizan las cintas que llevan los arroceros para atarse las mangas y la parte inferior de las piernas. Se trabajan manualmente cintas y cuerdas que evocan la planta de arroz.

La combinación de tejidos es una constante, predominan los naturales como el algodón, lino, seda y lyocell.

Los colores emulan la naturaleza, desde el color del fango hasta el verde de la planta florida.

Since time immemorial beliefs in Japan have linked the gods to the protection of the rice fields. Flowering cherry blossoms announce the arrival of the Gods and that is when the rice planting season begins with the celebration of rituals and tributes.

This Japanese rice ritual is the clear inspiration for this collection. The terraces of the rice fields are represented overlapping fabrics, creating organic shapes. Oversize shapes and the festive attire are present in the collection.

The tapes that bind the pieces are inspired by the strips that rice workers use to tie up their sleeves and the bottoms of the legs of their work trousers. Tapes and strips handcrafted evoke the shape of the rice plant.

The trend of combining fabrics, mostly natural, cotton, linen, silk and lyocell, is a constant.

The colors emulate nature from to mud color to the green of the flowering plant.

Oscarleon

30 / 06 / 2016 - 16.30h

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

www.oscarleon.com
info@oscarleon.com



OSCARLEON

Je l'aime à mourir

Carta d'un militar de la marina de guerra a la seva dona.

"... què serà de tu, estimada esposa? Tu que em vas acompanyar amb amor, orgull i santedat per camí de la vida. Què serà del nostre fill, del qual no podré compartir ni sentir les il·lusions? Déu decidirà aquest drama, mai no li reclamis res, perquè no cregui que el meu deure té un preu."

Je l'aime à mourir

Carta de un militar de la Marina de guerra a su esposa.

"... ¿qué será de ti amada esposa? Tu que me acompañaste con amor, orgullo y santidad por el camino de la vida. ¿Qué será de nuestro hijo, que no podré compartir ni sentir sus ilusiones? Dios va a decidir este drama, nunca le reclames nada, para que no se crea que mi deber tiene precio..."

Je l'aime à mourir.

Letter from a sailor in the navy to his wife.

"... What will become of you my beloved wife? You, who accompanied me with love, pride and sanctity on the path of life. What will become of our child, whose dreams I will neither be able to share nor hear? God will decide the outcome this drama. Never demanded anything of them, so that they never believe that my duty has a price ... "

Je l'aime à mourir.

Pau Esteve

30 / 06 / 2016 - 12.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Pau Esteve

Marca comercial / commercial brand:

Pau Esteve

T. +34 691 348 185

www.pauesteve.net

info@pauesteve.net



SWEAT, live hard

SWEAT està treballada partint de la premissa ensenya de la marca: crear peces que no limitin els qui les porten. S'ha treballat específicament en dissenys que permetin una bona mobilitat a l'hora de ballar, com a representació de les llibertats d'expressió. Les feromones que produeix el cos tractades com a via de comunicació amb els altres. Permetre que arribi aquell missatge silenciós, d'origen químic i natural, sense reprimir-lo. L'absència de teixit en zones específiques o les esclotxes entre teixits permeten que els dissenys siguin insinuants, per a gent sense complexos que vulgui expressar les seves llibertats mitjançant el moviment i la moda.

SWEAT, está trabajada partiendo de la premisa insignia de la marca: crear prendas que no limiten a los que las llevan. Se ha trabajado específicamente en diseños que permitan una buena movilidad a la hora de bailar, como representación de las libertades de expresión. Las feromonas que produce el cuerpo tratadas como vía de comunicación para con los demás. Permitir que llegue ese mensaje silencioso, de origen químico-natural sin reprimirlo. La ausencia de tejido en zonas específicas o las ranuras entre tejidos, permiten que los diseños sean insinuantes, para gente sin complejos y que quiera expresar sus libertades mediante el movimiento y la moda.

SWEAT, is developed based on the main premise of the brand: create clothing that does not restrict the movement the wearer. Specifically worked on were designs that allow good dance mobility as a representation of freedom of expression. Pheromones produced by the body treated as a means of communication with others. Allow the silent message-naturally occurring chemicals- to arrive without repressing them. The absence of fabric in specific areas or slots between fabrics, allow designs to be insinuating, for people without complexes who want to express their freedom through movement and fashion.

Rita Row

29 / 06 / 2016 - 14h

Dissenyador / diseñador / designer:

Imma Serra i Xènia Semis

Marca comercial / commercial brand:

RITA ROW

T. +34 686649211 - 686960464

www.ritarow.com

studio@ritarow.com



FRIZZ

FRIZZ SS17 deixa d'embolicar la troca: les coses són més senzilles que tot això. Frizz, la nova col·lecció de Rita Row, barreja l'estètica pop art i el corrent social del materialisme absolut. En la societat en què vivim, en la qual mai no en tindrem prou, reivindicuem que menys és més.

Frizz és el resultat d'un estil de vida, la manifestació plàstica d'una cultura caracteritzada per l'abús de la tecnologia, la democràcia, la moda i el consum, on els objectes són produïts més massivament que mai.

FRIZZ SS17 Deja de rizar el rizo que las cosas son más sencillas que todo eso. Frizz, la nueva colección de Rita Row mezcla la estética del pop art y la corriente social del materialismo absoluto. En la sociedad en la que vivimos, en la que nunca tenemos suficiente, reivindicamos el menos es más.

Frizz es el resultado de un estilo de vida, la manifestación plástica de una cultura caracterizada por el abuso de la tecnología, la democracia, la moda y el consumo, donde los objetos son producidos más seriados que nunca.

Stop baking your noodle; things are much simpler than you think. Frizz, Rita Row's new collection, mixes the pop-art esthetic with the social trend of rampant materialism. In this society we live in that can never have enough, we stand up for more is less.

Frizz is the outcome of a style of life, the materialization of a culture characterized by the abuse of technology, fashion and consumerism, in which objects are more mass produced than ever.

Samuel Alarcón

29 / 06 / 2016 - 12.30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Samuel Alarcón
Marca comercial / commercial brand:
Samuel Alarcón

T. +34 699 560 294
www.samuel-alarcon.com
alarconmorenosamuel@gmail.com



SAMUEL ALARCÓN

Etimologia del Yo ♦ Etimología del Yo ♦ Etymology of The I

Una reflexió sobre la identitat, les parts que la conformen i quin n'és l'origen, és el punt de partida d'Etimologia del Yo SS 2017, la nova col·lecció del dissenyador Samuel Alarcón.

En aquesta el tricot es manté com a principal mitjà d'expressió amb el qual desenvolupa peces agender amb les que reclama l'arribada d'un trencament de la moda i una dissociació entre sexe, gènere i moda.

Una reflexión sobre la identidad, las partes que la conforman y cual es el origen de ésta, es el punto de partida de "Etimología del Yo" SS 2017, la nueva colección del diseñador Samuel Alarcón.

En esta el tricot se mantiene como principal medio de expresión con el que desarrolla prendas agender, con las que reclama la llegada de un quiebre en la moda y una disociación entre el sexo, género y moda.

A reflection on identity, the parts that make it up and its origin, is the starting point of "Etymology of the I" SS 2017, the new collection from designer Samuel Alarcón, in which tricot remains the main means of expression and in which he develops "Agender" garments with which he champions the arrival of a break-away in fashion and a dissociation between sex, gender and fashion.

Sita Murt

28 / 06 / 2016 - 21h

Dissenyador / diseñador / designer:
Isabel Esteve i Anna Porta
Marca comercial / commercial brand:
Sita Murt

T. +34 938 037 411
www.sitamurt.com
isabelesteve@sitamurt.com



sita murt/

RHYTHM & BLENDS

La col·lecció SS17 de Sita Murt parla de llibertat femenina i Rhythm & Blends n'és el lema. Receptius a les quatre cantonades del planeta, busquem la barreja constant de cultura, de textures, de colors i de volums. Jocs de punt i teixits camaleònics o en aspectes contrastats són la base de la col·lecció. Creem textures en lli cablejat, cotó, fils arrissats i delicats serrells en un fi cotó crêpe en tricot.

En el teixit, lli en el seu estat més vegetal i cotons seda quasi transparents es barregen amb viscoses fluides. Els colors blau anyil i aigua, els verds clorofil·la i els grocs afruitats inunden els nostres tons més naturals, com el blanc, el cru i el color lli

La colección SS17 de Sita Murt habla de libertad femenina y Rhythm & Blends es el lema. Receptivos a las cuatro esquinas del planeta buscamos la mezcla constante de cultura, texturas, colores y volúmenes. Juegos de punto y tejido camaleónicos o en contrastados aspectos, son la base en esta colección. Creamos texturas en linos cableados, algodónes, hilos rizados y delicados flecos en un fino algodón crêpe en tricot.

En tejido, lino en su estado más vegetal y algodónes seda casi transparentes se mezclan con fluidas viscosas. Los colores azules índigo y agua, los verdes clorofila y los amarillos afruitados inundan nuestros tonos más naturales como el blanco, el crudo y el color lino

The SS17 Sita Murt collection speaks to women's freedom and Rhythm & Blends is the motto. We scour the 4 corners of the globe on the lookout for the constant mix of cultures, textures, colors and volumes. The play between knitted and chameleonic fabrics and contrasting aspects, are the basis for this collection. We create textures, knotted linens, cottons, curly threads and delicate fringes in thin crêpe cotton tricot.

Fabrics: linens in its most vegetable state and almost transparent silk cottons mixed with sheer viscose. Indigo blue and water colors, chlorophyll greens and fruity yellow inundate our most natural colors like white, raw and linen.

Ssic and Paul

29 / 06 / 2016 - 14h

Dissenyador / diseñador / designer:

Jessica Raya i Paula Boadas

Marca comercial / commercial brand:

SSIC AND PAUL

T. +34 676 048 658

info@ssicandpaul.com

www.ssicandpaul.com



SSIC AND PAUL

MAR MORT ♦ MAR MUERTO ♦ THE DEAD SEA

Inspirada en la naturaleza i en l'art. En l'atracció entre el mar i la terra, justificant així la nostra paleta de color. L'art i la bellesa de la ciutat de Buhkara. Nostàlgia d'antigues civilitzacions. El mar Mort, caprici de la naturalesa. Profunditat en què només resideix el silenci. Privilegi de surar davant l'adversitat.

Col·lecció asimètrica, minimalista i amb un toc romàntic. Buscant conceptes purs i lineals, amb detalls i acabats especials. Un joc de teixits i de textures que donen lloc a formes i a volums inesperats. Absència de costures que es barregen amb superposicions.

Inspirada en la naturaleza y en el arte. En la atracción entre el mar y la tierra, justificando así nuestra paleta de color. El arte y la belleza de la ciudad de Buhkara. Nostalgia de antiguas civilizaciones. El mar Muerto, capricho de la naturaleza. Profundidad en la que tan sólo reside el silencio. Privilegio de flotar ante la adversidad.

Colección asimétrica, minimalista y con un toque romántico. Buscando conceptos puros y lineales, con detalles y acabados especiales. Un juego de tejidos y de texturas que dan lugar a formas y volúmenes inesperados. Ausencia de costuras que se mezclan con superposiciones.

Inspired by nature and art... on the attraction between the sea and the land giving rise to our color palette The art and beauty of the city of Buhkara Nostalgia for ancient civilizations The Dead Sea- a freak of nature Only silence residing in the depths The privilege of floating in the face of adversity.

An asymmetrical minimalist collection with a romantic touch Seeking pure linear concepts with exceptional details and finishes A set of fabrics and textures that gives rise to unexpected shapes and volumes Absence of seams interlaced with overlays

TCN

27 / 06 / 2016 - 20.30h

Marca comercial / commercial brand:

TCN

T. +34 937 95 11 14

www.tcn.es / comunicacion@tcn.es

TCN
TOTO COMELLA

TCN PRIMAVERA –VERANO 2017

Txell Miras

28 / 06 / 2016 - 16.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Txell Miras

Marca comercial / commercial brand:

Txell Miras

T. +34 610 42 20 16

www.txellmirus.eu

ivan@txellmirus.eu



txell miras

CONTAINERS

El punt de partida de la col·lecció és el port de càrrega: estructures metàl·liques, contenidors apilats, codificats, reutilitzats. Una zona industrial farcida de colors, grues, soroll, gran vaixells, moviment. Això contrasta amb l'ús que se'n pot fer dels contenidors: habitatges de línies rectes, silenci, espais oberts.

La col·lecció resultant radica en aquesta dualitat. Un objecte tret de context adquireix una dimensió oposada però manté la mateixa essència.

Teixits: impermeables, xarol, cotons, viscoses, neoprè

Colors: blanc, negre, grisos

El punto de partida de la colección es el puerto de carga: estructuras metálicas, contenedores apilados, codificados, reutilizados. Una zona industrial llena de colores, grúas, ruido, grandes barcos, movimiento. Esto contrasta con el uso que se puede hacer de los contenedores: viviendas de líneas rectas, silencio, espacios abiertos.

La colección resultante radica en esta dualidad. Un objeto sacado de contexto adquiere una dimensión opuesta pero mantiene la misma esencia.

Tejidos: impermeables, charol, algodones, viscosas, neopreno.

Colores: blanco, negro, grises.

The inspiration for the collection is the environment of a port: metal structures, stacked metal containers, coded and re-used. An industrial area filled with colors, cranes, noise, large boats moving. This contrasts with the use that can be made of containers: housing of straight lines, silence, wide open spaces.

The resulting collection hinges on this duality. An object taken out of its habitual context acquires a contrary dimension but maintains its essence.

Fabrics: waterproof, patent leather, cotton, viscose, neoprene

Colors: white, black, gray

Xavi Grados

30 / 06 / 2016 - 12.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Xavi Grados

Marca comercial / commercial brand:

Xavi Grados

T. +34 628 255 734

www.xavigrados.com

info@xavigrados.com



XAVI
GRADOS

RALL

RALL, col·lecció inspirada en el paisatge costaner català i en les sensacions que aquest entorn ens provoca, on els pobles de pescadors prenen el protagonisme. El mar determina la paleta central, tonalitats blaves comparteixen espai amb colors torrats i sorra. Una lluita entre terra i aigua, on el blanc és el nexa d'unió. El tricot a través de diferents textures, volums i desagullats es reafirma com a identitat de la marca. Els materials 100% naturals com el cotó o el bambú, doten la col·lecció d'una frescor totalment estival.

Amb la col·laboració de l'artista Nuriatoll en els estampats, les peces cobren vida gràcies a les seves il·lustracions.

RALL, colección inspirada en el paisaje costero catalán y en las sensaciones que este entorno nos provoca, en el que los pueblos de pescadores cobran protagonismo. El mar determina la paleta central, tonalidades azules comparten espacio con colores tostados y arena. Una lucha entre tierra y agua, donde el blanco es el nexo de unión. El tricot a través de diferentes texturas, volúmenes y desagujados se reafirma como identidad de la marca. Los materiales 100% naturales, como el algodón o el bambú, dotan la colección de una frescura totalmente estival.

Con la colaboración de la artista Nuriatoll en los estampados, las prendas cobran vida gracias a sus ilustraciones.

Rall, a collection inspired by the Catalan coastal landscape and the feelings that these surroundings cause, where fishing villages take center stage. The sea determines the central color palette, shades of blue share space with toasted sand. A struggle between land and water where white is the nexus. Tricot through different textures, volumes and partially unraveled fabrics reaffirm brand identity. The 100% natural materials such as cotton or bamboo lend the collection a completely summery freshness.

With prints in co-operation with the artist in Nuriatoll, the pieces come to life.

Antonio Miro

30 / 06 / 2016 - 14h

Dissenyador / diseñador / designer:
Alberto Villagrasa

T. +34 670.609.743

Marca comercial / commercial brand:
ANTONIO MIRO

www.antoniomiro.es
arquero.a@antoniomiro.es
prensa@antoniomiro.es



ANTONIO MIRO

Arquitectura del color + The Architecture of color

“Arquitectura del color” és un treball de convivència entre colors, de recerca d'equilibris i contrastos per assolir una singularitat centrada en el joc de les seves combinacions. Antonio Miró concep la col·lecció com si es tractés d'una obra arquitectònica. Juga amb colors, estructures, textures i matisos, i maximitza l'atenció en els petits detalls.

“Arquitectura del color” es un trabajo de convivencia entre colores, de búsqueda de equilibrios y contrastes para alcanzar una singularidad centrada en el juego de sus combinaciones. Antonio Miró concibe la colección como si de una obra arquitectónica se tratase. Juega con colores, estructuras, texturas y matices, maximizando la atención a los pequeños detalles.

“The architecture of color” is a work on the coexistence between colors, of the quest for balance and contrast in an attempt to reach a singularity centered on the interplay of its multiple combinations. Antonio Miró sees the collection as if it were a work of architecture. He plays with colors, structures, textures and hues, maximizing attention to small details.

“Arquitectura del color” irromp amb una paleta de colors fresca i amb molta llum. Una obra marcada per la qualitat dels materials i dels acabats, i pels talls nets. La proposta respira el refinament i l'originalitat que defineixen la firma, i aposta sempre per la convivència de modernitat i tradició.

“Arquitectura del color” irrumpe con una paleta de colores fresca y con mucha luz. Una obra marcada por la calidad de los materiales y de los acabados y por los cortes limpios. La propuesta respira el refinamiento y la originalidad que definen a la firma, apostando siempre por la convivencia entre modernidad y tradición.

“The Architecture of color” surprises with a palette of fresh luminous colors. A work marked by quality of materials, meticulous finishes and clean lines. The proposal breathes the refinement and originality that define the label, always aiming for the balance between modernity and tradition.

BCN Brand

29 / 06 / 2016 - 18h

Dissenyador / diseñador / designer:
Pablo Caralps

T. +34 932 019 022

Marca comercial / commercial brand:
BCN BRAND

www.bcnbrand.com
info@bcnbrand.com



Barcelona urban life style

BCN Brand segueix lligada a la ciutat de Barcelona, no solament pel que fa el naming, sinó també pels dissenys. La col·lecció d'aquesta temporada, més que mai, busca reflectir el dia a dia i l'estil urbà que envolta els habitants de Barcelona i transmetre l'esperit que emana de la ciutat.

BCN Brand sigue ligada a la ciudad de Barcelona, no sólo en el naming, si no también en sus diseños. La colección de esta temporada, más que nunca, busca reflejar el día a día y el estilo urbano que rodea a los habitantes de Barcelona, transmitiendo el espíritu que emana de la ciudad.

BCN remains tied to the city of Barcelona not only in name but also in its designs. More than ever this season's collection looks to reflect the day to day and the urban style that surrounds the inhabitants of Barcelona, transmitting the character that emanates from the city.

Boboli

29 / 06 / 2016 - 11h

Marca comercial / commercial brand:
Boboli

T. +34 93 798 05 00
www.boboli.es / startextil@boboli.es



Sailor Beach

Aquest estiu, Boboli presenta una passarel·la marinera, amb un aire molt elegant i sofisticat. Amb un color rosa suau, que combina amb el blau cel i amb els tons de denim rentat.

La col·lecció que presentem és plena de detalls mariners en estampats i en teixits. Ratlles, palmeres i, fins i tot, fruites tropicals, fan una barreja de tendència en què els nens també presenten colors més suaus i alegres.

Este verano, Boboli presenta una pasarela marinera con un aire muy elegante y sofisticado. Con un suave color rosa que combina con el azul claro y los tonos de denim lavados.

La colección que presentamos está llena de detalles marineros en estampados y tejidos. Rayas, palmeras e incluso frutas tropicales hacen una mezcla de tendencia en la que los niños también presentan colores más suaves y alegres.

This summer, the Boboli catwalk show will have a decidedly marine flavor with a very elegant and sophisticated air. With a soft pink that blends with the light blue and shades of faded denim.

The collection we are presenting is full of mariner details in prints and fabrics. Stripes, palm trees and even tropical fruit make a trendy mixture in which children are also decked in softer and more cheerful colors.

CND by Cónдор

29 / 06 / 2016 - 11h

Marca comercial / commercial brand:
CONDOR / CND Barcelona

T. +34 937 959 980
www.condor.es / mkt@condor.es



SUMMER SONGS

Inspirats en la música i els festivals d'estiu, fem una col·lecció fresca i divertida.

Teixits vaporosos, bambules i voiles de cotó ideals per ballar amb l'alegria de la música a l'estiu. Sis panells diferenciats pels color i les formes: Coachella Valley Music, Cayo Coco Festival, Festival de Jazz La Garriga, Tochevin Rock Festival, Stranwerry Festival i Brighton Festival

Creació per l'alegria, la música, el ball, el sol, ... la primavera i l'estiu 2017.

Inspirados en la música y los festivales de verano, hacemos una colección fresca y divertida.

Tejidos vaporosos, bambulas y voiles de algodón ideales para bailar con la alegría de la música en verano. Seis paneles diferenciados por sus colores y formas: Coachella Valley Music, Cayo Coco Festival, Festival de Jazz La Garriga, Tochevin Rock Festival, Stranwerry Festival y Brighton Festival

Creación para la alegría, la música, el baile, el sol, ... la primavera y el verano 2017.

Inspired by the music and summer festivals, we create a fresh and funny collection.

Vaporous fabrics, in bambula and cotton voiles, perfect to dance with the joy of the live music in summer. Six different environments grouped according to their colour and shape: Coachella Valley Music, Cayo Coco Festival, Festival de Jazz La Garriga, Tochevin Rock Festival, Strawberry Festival and Brighton Festival

Creation for the joy, the music, the dance, the sun, ... the spring and summer 2017

Escorpion

29 / 06 / 2016 - 16.30h

Marca comercial / commercial brand:
ESCORPION STUDIO BARCELONA

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

ESCORPION
STUDIO
BARCELONA

ODALISQUES

La fascinació per l'Orient, el seu misteri, la seva màgia enigmàtica...

La nostàlgia d'un clima, del ritme indolent i pausat de dones immerses en rituals ancestrals de bellesa, embolcallades amb formoses teles, alienes a l'ull que observa i rendides al plaer del hammam.

Converses femenines en veu baixa, el so de l'aigua, els perfums exòtics, la pell. La bellesa de les odalisques d'Ingres, l'explosió solar de color de Matisse, les flors estranyes, el sigil, la mitja llum.

tLa fascinación por Oriente, su misterio, su enigmática magia...

la nostalgia de un clima, del ritmo indolente y pausado de mujeres inmersas en rituales ancestrales de belleza, envueltas en hermosas telas, ajenas al ojo que observa y rendidas al placer del hammam.

Conversaciones femeninas en voz baja, el sonido del agua, los perfumes exóticos, la piel. La belleza de las odaliscas de Ingres, la explosión solar de color en Matisse, las flores extrañas, el sigilo, la media luz.

The fascination with the Orient, its mystery, its enigmatic magic...

the nostalgia for a climate, the indolent slow rhythm of women engaged in ancestral beauty rituals, enveloped in beautiful fabrics, invisible to the eye that observes and surrendered to the pleasures of the Hammam.

Whispered female conversations, the sound of water, exotic perfumes, naked skin. The beauty of Ingres' odalisques; Matisse's solar explosion of color; rare flowers, stealth, the half-light.

Lola Casademunt

01 / 07 / 2016 - 11.30h

Marca comercial / commercial brand:
LOLA CASADEMUNT

T. +34 93 879 39 38
www.lolacasademunt.com / info@lolacasademunt.com



La col·lecció que Lola Casademunt presenta per al proper estiu 2017, porta el nom de "Savannah Princesses", una aposta pels estampats que ens transporten al continent africà.

La proposta de la firma és plena de vida, de color i de feminitat. Els teixits vaporosos i els vestits espectaculars pels seus colors i els seus volums, contrasten amb els motius animals en blanc i negre i les formes geomètriques de reminiscència àrab.

Una explosió de color i de vida que ens transporta a un lloc on la natura i les tendències es fusionen per donar lloc a una col·lecció màgica.

La colección que Lola Casademunt presenta para el próximo verano 2017, lleva el nombre de "Savannah Princesses" una apuesta por estampados que nos transportan al continente africano.

La propuesta de la firma está llena de vida, color y feminidad. Los tejidos vaporosos y las prendas espectaculares por su colorido y volúmenes, contrastan con los motivos animales en blanco y negro y las formas geométricas de reminiscencia árabe.

Una explosión de color y vida que nos transporta a un lugar donde la naturaleza y las tendencias se funden para dar lugar a algo mágico.

The collection Lola Casademunt will present for next Summer 2017, bears the name "Savannah Princesses", replete with prints that take us to the African continent.

Their proposal is full of life, color and femininity.

The sheer fabrics and garments spectacular for their color and volumes contrast with animal motifs in black and white geometric shapes reminiscent of Arabian art.

An explosion of color and life that takes us to a place where nature and trend come together resulting in something magical.

Lyle & Scott

28 / 06 / 2016 - 12h

Marca comercial / commercial brand:
LYLE & SCOTT

T. +972 262262 / 650735746
www.lyleandscott.com / laia.alentorn@selecmoda.com



'Proudly British'

Per a l'estiu del 2017 la marca presenta una col·lecció que fa l'ullet clarament a l'esperit vintage. Una marca amb veritable orgull britànic i uns estilismes que no solament ens recorden als moviments subculturals més importants, sinó que també ens traslladen a la nostra pròpia joventut. A més, és una de les marques més reconegudes en el món del golf, amb un pedigrí impecable de 140 anys de trajectòria. La marca mostra el xoc de l'elegància dels vuitanta amb l'estil esportiu. Lyle & Scott recorda que sempre el que és més modern és allò més clàssic.

Para el verano de 2017 la marca presenta una colección que hace claros guiños al espíritu vintage. Una marca con verdadero orgullo británico y unos estilismos que no sólo nos recuerdan los movimientos subculturales más importantes, sino también a nuestra propia juventud. Además, es una de las marcas más reconocidas en el mundo del golf, con un pedigrí impecable de 140 años de trayectoria. La marca muestra el choque de la elegancia ochentera con el estilo deportivo. Lyle & Scott recuerda que siempre lo más moderno es lo clásico.

For summer 2017 the brand presents a collection that makes clear reference to the vintage spirit. A brand with true British pride that presents some outfits that not only remind us of the most important subculture movements, but also of our own youths. It is also one of the most recognized brands in the world of golf with an impeccable pedigree and 140-year long history. The marque showcases the clash of eighties elegance with sporty style. Lyle & Scott reminds us that the most modern is the classical.

Naulover

30 / 06 / 2016 - 19.30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Carme Noguera

T. +34 934 877 318

www.naulover.com/ naulover@naulover.com

Marca comercial / commercial brand:
NAULOVER

Naulover
1957

COLOR FIELD

La nova abstracció i l'art minimalista de finals dels seixanta. En una recerca de l'estètica pura, allò que és absurd es torna poètic. Juguem amb amplis camps de color llis i sòlid, apareixen interessants geometries, ratllats, intarsies XXL i forts contrastos. La col·lecció està dotada d'un esperit molt juganer i juvenil. La silueta és neta, peces de patrons geomètrics simples. En la pintura del Color Field, el color és alliberat del context objectiu i es converteix en el subjecte en ell mateix.

La nueva abstracción y el minimal art de finales de los sesenta. En una búsqueda de la estética pura lo absurdo se vuelve poético. Jugamos con amplios campos de color liso y sólido, aparecen interesantes geometrias, listados, intarsias XXL y fuertes contrastes. Dotando la colección de un espíritu muy juguetón y juvenil. La silueta es limpia, piezas de patrones geométricos simples. En la pintura del Color Field, el color es liberado del contexto objetivo y se convierte en el sujeto en sí mismo.

The new abstraction and minimal art of the late sixties- In pursuit of pure aesthetics, the absurd becomes poetic. We play with broad fields of smooth and solid color, interesting geometries, stripes, XXL intarsia and strong contrasts appear, endowing the collection with a playful and youthful spirit. The silhouette is clean, simple geometrically patterned pieces. In Color Field painting, color is freed from objective context and becomes the subject itself.

Punto Blanco

29 / 06 / 2016 - 18h

Marca comercial / commercial brand:
PUNTO BLANCO

T. +34 938 035 252
www.puntoblanco.com / info@puntoblanco.com



PV 2017:: AQUAWEAR COLLECTION

Col·lecció inspirada en l'esperit barceloní d'una posta de sol, gaudint de la brisa fresca i el paisatge de la platja en bicicleta al passeig marítim al final d'un dia calorós.

El contrast és en el conjunt d'estampats i colors vius dels tons blau, turquesa i altres més intensos com verd, groc, coral i fúcsia, omplint els dies de lleure amb alegria i frescor, donant el toc perfecte a aquesta col·lecció de l'essència del Mediterrani. Peces informals juxtaposen oposats i juguen amb els contrastos creant un nou disseny estètic. Un "must" per a l'estiu.

Colección inspirada por el espíritu barcelonés de un atardecer disfrutando de la fresca brisa y del paisaje playero en bicicleta en el paseo marítimo al final de un caloroso día.

El contraste se encuentra en el juego de los estampados y vívidos colores desde los tonos luminosos como azules, turquesa y otros más intensos como el verde, amarillo, coral y fucsia, llenando los días de ocio de alegría y frescura dando el toque perfecto a esta colección de esencia del mar mediterráneo. Prendas informales juxtaponen opuestos y juegan con los contrastes creando una nueva estética de diseño. Un "must" para la época estival.

Collection inspired by the Barcelona spirit of a sunset, enjoying the cool breeze and the beach landscape biking on the waterfront at the end of a hot day.

The contrast is in the set of prints and vivid colours from light tones such as blue, turquoise and other more intense as green, yellow, coral and fuchsia, filling the days of leisure with joy and freshness giving the perfect touch to this collection of essence of the Mediterranean Sea. Informal garments juxtapose opposites and play with the contrasts creating a new design aesthetic. A "must" for the summer.

Red Point

01 / 07 / 2016 - 12.30h

Marca comercial / commercial brand:
RED POINT

T. +34 972 830 249
www.redpoint.es / redpoint@redpoint.es



RED POINT

Riviera Cocktail

Glamur i sofisticació per a totes les hores del dia, amb peces de talls extremats, que et transporten a la Riviera francesa.

Gammes de colors sofisticats, plasmats en estampats molt òptics.

Flors i acabats irregulars que semblen voler fondre's amb la pell i elements que enganyen la vista.

Glamour y sofisticación para todas las horas del día, con prendas de cortes extremados que te transportan a la Riviera Francesa.

Gamas de colores sofisticados plasmadas en estampados muy ópticos.

Flores y acabados irregulares que parecen querer fundirse con la piel y elementos que engañan a la vista.

Glamour and sophistication for all hours of the day, with garments cut to an extreme that transport you to the French Riviera

Sophisticated color ranges reflected in very optical prints

Flowers and irregular finishes that seem to want to melt into the skin and elements that trick the eye

Torras

30 / 06 / 2016 - 14h

Marca comercial / commercial brand:
TORRAS

T. +34 93 862 75 33
www.torras.com / info@torras.com



 **TORRAS**

CUBA

Quan viatgem descobrim noves maneres de viure, coincidim amb persones que deixen empremta al nostre ADN, entenem altres maneres de veure el món, altres prioritats, altres interessos.

Viatgem per canviar i per retrobar-nos, per descobrir qui som i reafirmar la nostra identitat. La col·lecció d'estiu per al 2017, inspirada en l'arquitectura cubana de l'època de Batista, ha estat per a Torras un viatge i un descobriment. Hem trobat un etern estiu de colors que un cop foren vius, però que el pas del temps els ha donat l'empremta de la nostàlgia. Hem trobat línies pures, figures geomètriques, simetries i asimetries.

Afegim-hi combinacions de materials nobles, com la seda o el lli, amb la pell i el punt, i trobarem una mirada pura, essencial, al passat.

Cuando viajamos descubrimos nuevas maneras de vivir, coincidimos con personas que dejan huella en nuestro ADN, entendemos otras maneras de ver el mundo, otras prioridades, otros intereses.

Viajamos para cambiar y para reencontrarnos, para descubrir quienes somos y reafirmar nuestra identidad. La colección para el 2017, inspirada en la arquitectura cubana de la época de Batista, ha sido para Torras un viaje y un descubrimiento. Hemos encontrado un eterno verano de colores que una vez fueron vivos, pero a los que el paso del tiempo ha dado la huella de la nostalgia, hemos encontrado líneas puras, figuras geométricas, simetrías y asimetrías.

Añadamos combinaciones de materiales nobles, como la seda o el lino con la piel y el punto y encontraremos una mirada pura, esencial, al pasado.

When we travel we discover new ways of living, we meet with people who leave their mark on us, we get to know other ways of seeing the world, other priorities, other interests.

We travel to change and to get in touch with ourselves again, to discover who we are and reaffirm our identity. The 2017 collection, inspired by the Cuban architecture of the Batista era, Torras has been on a trip and made a discovery. We found a landscape of eternal summer colors that were once alive but have now faded to show the passage of time nostalgically. We found clean lines, geometric shapes, symmetries and asymmetries.

We add combinations of noble materials such as silk or linen with leather and knitwear and find a pure, essential, look at the past.

Wom & Now

01 / 07 / 2016 - 14h

Marca comercial / commercial brand:
WOM&NOW

T. +34 931 175 404
www.womandnow.com / sales@womandnow.com

W O M & N O W

KALEIDOSCOPIO ♦ KALEIDOSCOPE

“Una bella imatge vista a través d'un calidoscopi”

Contrast com a font d'inspiració. Descriure el model de vida contemporani, tan complex i articulat, en què cada dia és sinònim de canvi. Alegria i diversió. Predisposició per trencar les normes. Passat, present i futur s'uneixen a la recerca d'una estètica per al món.

Passió pel print. Espatlles nues o amb tirants fins. Sportswear sofisticat. Barreja de patrons. Colors forts. Contrast de materials sobre volums casual. Joc de superposicions. Asimetries. Una col·lecció perfecta en la seva simplicitat coherent.

“Una bella imagen vista a través de un caleidoscopio”

Contraste como fuente de inspiración. Describir el modo de vida contemporáneo, tan complejo y articulado, donde cada día es sinónimo de cambio. Alegría y diversión. Predisposición para romper las reglas. Pasado, presente y futuro se unen en la búsqueda de una estética para el mundo.

Pasión por el print. Hombros desnudos o con finos tirantes. Sportswear sofisticado. Mezcla de patrones. Colores fuertes. Contraste de materiales sobre volúmenes casual. Juego de superposiciones. Asimetrías. Una colección perfecta en su coherente simplicidad.

“A beautiful image seen through a kaleidoscope”

Contrast as inspiration. Describe the contemporary way of life, so complex and articulated, where every day is synonymous with change. Joy and fun. A willingness to break the rules. Past, present and future come together in the search for an aesthetic for the world.

A passion for print. Bare shoulders or with thin straps. Sophisticated sportswear. Mix of patterns. Bright colors. Contrasted fabrics on top of casual volumes. Interplay of overlays. Asymmetries. A perfect collection in its consistent simplicity.

Yerse

27 / 06 / 2016 - 16.30h

Director Creatiu / Creative director:
Lluís Generó
Marca comercial / commercial brand:
Yerse

T. +34 93 745 17 00

www.yerse.com
ingrid@yerse.com

Yerse

BARCELONA | SINCE 1964

The sea and the beach

Existeix una frontera invisible on el mar es troba amb la platja. És líquida i canviant. Es redibuixa mil vegades seguint el ritme de les onades. Empeny la intensitat dels oceans cap a les roques, dunes i arbres. Creant atmosferes magnètiques on tot s'omple de color i l'energia es contagia.

Yerse ressegueix subtilment aquesta frontera per donar forma a les col·leccions SS17. L'onatge ens regala un llenç de blaus que es despenen amb l'aire. Teixits bàmbola, vaporosos i inquietos, es mouen sensualment amb cada passa. Ratlles, estampats geomètrics i flors gegants. El sol fa que el plàncton brilli en fils daurats i plata. Dissenyessencials. Estampats envellits viscuts amb decisió i caràcter.

Existe una frontera invisible donde el mar se encuentra con la playa. Es líquida y cambiante. Se redibuja mil veces siguiendo el ritmo de las olas. Empuja la intensidad de los océanos hacia las rocas, dunas y árboles. Creando atmósferas magnéticas donde todo se llena de color y la energía se contagia.

Yerse resigue sutilmente esta frontera para dar forma a las colecciones SS17. El oleaje nos regala un lienzo de azules que se despeinan con el aire. Tejidos bámbola, vaporosos e inquietos, se mueven sensualmente con cada paso. Rayas, estampados geométricos y flores gigantes. El sol hace que el plàncton brille en hilos dorados y plata. Diseños esenciales. Estampados envejecidos vividos con decisión y carácter.

There is an invisible border where the sea meets the beach. It is liquid and ever-changing. It is redrawn thousands of times in the wake of the waves. The intensity of the oceans pushes up against the rocks, dunes and trees, creating atmospheres where everything is full of color the energy is contagious.

Yerse subtly follows that boundary to shape their SS17 collections. The rhythm of the waves gives us a canvas of windswept blues. Playful vaporous restless fabrics, moving sensuously with each surge. Stripes, giant flowers and geometric patterns. The sun causes plankton to glow in gold and silver threads. Basic designs. Prints aged and lived with determination and character.

De los creadores de CND™ SHELLAC™, el original.

CND™ VINYLUX™ EL ESMALTE QUE DESAFÍA AL TIEMPO

- Dura hasta 7 días
- Se seca en segundos
- No necesita capa base
- Capa de color autoadhesiva
- Tecnología ProLight®
- Más de 80 colores de tendencia

LA MANICURA
OFICIAL DE LA
080
BARCELONA
FASHION

*La tecnología ProLight permite que la luz natural endurezca el esmalte, haciéndolo durar hasta 7 días impecable.

f facebook.com/CNDSpain t twitter/cndspain i instagram/cndspain

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

CND 
Nails. Fashion. Beauty.





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

La finalitat principal de l'entitat és fomentar la cooperació entre empreses i professionals, la promoció de serveis i iniciatives d'internacionalització, networking, formació, investigació, desenvolupament i innovació, així com qualsevol altra iniciativa orientada a la millora competitiva. Modacc té presència comercial als Estats Units, a l'Àsia, a Escandinàvia i a l'Amèrica del Sud.

Les 130 empreses que actualment formen part del Clúster generen una facturació agregada de 1.500 milions d'euros, tenen presència comercial a més de 200 països i ocupen més de 5.000 professionals.

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



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

La finalidad principal de la entidad es fomentar la cooperación entre empresas y profesionales, la promoción de servicios e iniciativas de internacionalización, networking, formación, investigación, desarrollo e innovación, así como cualquier otra iniciativa orientada a la mejora competitiva. Modacc tiene presencia comercial en EUA, Asia, Escandinavia y Sudamérica.

Las 130 empresas que actualmente forman parte de Clúster generan una facturación agregada de 1.500 millones de euros, tienen presencia comercial en más de 200 países y ocupan a más de 5.000 profesionales. La actividad del Clúster en cooperación con otras entidades públicas y privadas, ha de facilitar el crecimiento de la actividad económica, la ocupación, la transferencia entre creatividad e industria así como el fortalecimiento de la marca Catalunya como un país líder en la industria creativa del diseño y de la moda europea.



The Catalan Fashion Cluster (Modacc) is a non-profit organization which includes more than 130 companies which are active in the fashion business in Catalonia. From the cluster we promote the competitiveness of the fashion ecosystem through individual and collective initiatives of added value oriented companies. The values that define Modacc: the search for knowledge, cooperation and dynamism.

The main purpose of the organization is to promote cooperation between companies and professionals, promoting internationalization services and initiatives, networking, training, research, development and innovation, as well as any other competitive improvement oriented initiative. Modacc have commercial presence in USA, Asia, Scandinavia and South America.

The 130 companies that are currently part of the Cluster generate an aggregate of 1,500 million euro turnover, have commercial presence in more than 200 countries and employ over 5,000 professionals. The Cluster's activity in cooperation with other public and private entities is to facilitate the growth of economic activity, employment, transfer between creativity and industry as well as strengthening the Catalonia brand as a leader in the creative design industry and European fashion.

080 Barcelona Fashion Showroom

El 080 Barcelona Fashion Showroom és una trobada efímera entre compradors i marques de moda, en la qual es presenten col·leccions de marques que desfilen a la 080 Barcelona Fashion, juntament amb altres col·leccions de marques catalanes de prestigi. En total 25 marques catalanes presentaran les col·leccions de Primavera – Estiu 2017 en aquesta segona edició del showroom organitzat per Modacc (Clúster Català de la Moda) amb el suport del Consorci de Comerç, Artesania i Moda.

L'objectiu d'aquesta activitat és convidar compradors, agents i distribuïdors de prestigi de tot el món a conèixer la 080 Barcelona Fashion i el 080 Barcelona Fashion Showroom, amb la voluntat de mostrar la creativitat i la solvència empresarial de les marques catalanes i estimular, així, les relacions comercials entre marques i socis internacionals.

En la seva edició de febrer de 2016 s'hi van produir més de 140 interaccions entre una vintena de compradors procedents dels Estats Units, el Canadà, Xile, Colòmbia, Dubai, Alemanya, Itàlia i Croàcia i 27 marques de moda catalanes que van exposar les seves col·leccions de roba exterior, íntima i bany en el marc de la 080.



El 080 Barcelona Fashion Showroom, es un encuentro efímero entre compradores y marcas de moda, en el que se presentan colecciones de marcas que desfilan en el 080 Barcelona Fashion junto con otras colecciones de marcas catalanas de prestigio. En total, 25 marcas catalanas presentarán las colecciones de Primavera – Verano 2017, en esta segunda edición del showroom organizado por Modacc (Clúster Català de la Moda) y con el apoyo del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda.

El objetivo de esta actividad es invitar a compradores, agentes y/o distribuidores de prestigio de todo el mundo a conocer la 080 Barcelona Fashion y el 080 Barcelona Fashion Showroom, con la voluntad de mostrar la creatividad y solvencia empresarial de las marcas catalanas y estimular así las relaciones comerciales entre marcas y socios internacionales.

En su edición de Febrero de 2016, se produjeron más de 140 interacciones entre una veintena de compradores procedentes de Estados Unidos, Canadá, Chile, Colombia, Dubai, Alemania, Italia y Croacia y 27 marcas de moda catalanas que expusieron sus colecciones de ropa exterior, íntimo y baño en el marco del 080.



080 Barcelona Fashion Showroom is an express encounter between buyers and fashion brands, in which brands parading collections at 080 Barcelona Fashion along with other collections from prestigious Catalan brands are presented. In total, 25 Catalan brands will present collections for Spring - Summer 2017 at this the second edition of the showroom organized by Modacc (Catalan Fashion Cluster) and with the support of the Consortium of Trade, Crafts and Fashion.

The objective of this activity is to invite buyers, agents and / or distributors of prestige from around the world to learn about 080 Barcelona Fashion and the 080 Barcelona Fashion Showroom, with the desire to showcase the creativity and solvency of Catalan brands and to stimulate trade relations between brands and international partners.

In its February 2016 edition, there were more than 140 interactions between around twenty buyers from the US, Canada, Chile, Colombia, Dubai, Germany, Italy and Croatia and 27 brands of Catalan fashion presented their collections of clothing, underwear and swimwear under the auspices of 080.

Contacte i informació:
Contacto e Información:
Contact and information:

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

MAQUILLAJE DE M·A·C

Fundada a Toronto (Canadà) al 1984, avui M·A·C forma part de l'empresa Estée Lauder i està considerada com a una de les marques més influents i destacades de la indústria cosmètica. Creada per a satisfer les necessitats dels maquilladors professionals, M·A·C s'ha convertit en la primera marca de maquillatge professional que arriba al punt de venda. L'èxit de M·A·C és gràcies tant al talent artístic i professionalitat dels seus maquilladors com a les fórmules innovadores, colors i textures úniques dels seus productes.

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

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

M·A·C també està involucrada en causes socials. Així, al 1994 es va crear el "Fons M·A·C de lluita contra la sida", al que es destina el 100% de les vendes de les barres de llavis i gloss Viva Glam i les targetes de felicitació "Kids Helping Kids". Gràcies a aquesta campanya, avui en dia s'han aconseguit recaptar més de 250 milions de dòlars al voltant del món per a ajudar a homes, dones i nens afectats per la SIDA/VIH.

Per a més informació:
www.maccosmetics.es

Fundada en Toronto (Canadà) en 1984, hoy M·A·C forma parte de la compañía Estée Lauder y está considerada como una de las marcas más influyentes y destacadas de la industria cosmética. Creada para satisfacer las necesidades de los maquilladores profesionales, M·A·C se ha convertido en la primera marca de maquillaje profesional que llega al punto de venta. El éxito de M·A·C se debe tanto al talento artístico y profesionalidad de sus maquilladores como a las fórmulas innovadoras, colores y texturas únicas de sus productos.

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

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

M·A·C también está involucrada en causas sociales. Así, en 1994 se creó el "Fondo M·A·C de lucha contra el sida", al que se destina el 100% de las ventas de las barras de labios y brillos Viva Glam y las tarjetas de felicitación "Kids Helping Kids". Gracias a esta campaña, a día de hoy se han conseguido recaudar más de 130 millones de dólares alrededor del mundo para ayudar a hombres, mujeres y niños afectados por el SIDA/VIH.

Para más información:
www.maccosmetics.es

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

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

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

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

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

More information:
www.maccosmetics.es



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

www.ccam.cat
ccam@gencat.cat

Producció, Direcció artística i Càsting:
ESMA Proyectos

Prensa Nacional, RRPP i Patrocinis:
Equipo Singular

Prensa Internacional:
XXL Comunicación

Disseny i maquetació:
Eva Anguita

Impressió:
Dilograf, SL

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

1a edició
500 exemplars
Barcelona, juny de 2016

Dipòsit Legal
B. 2491-2013

ISSN: 2014-3710

080barcelonafashion.cat



**Generalitat
de Catalunya**