

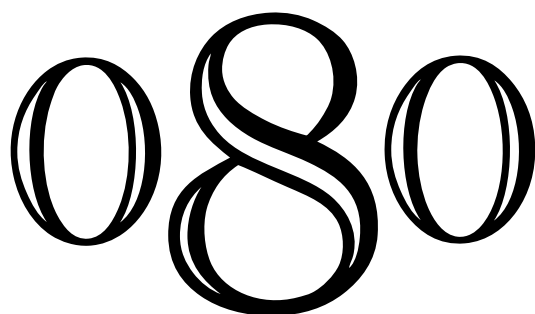
080

BARCELONA
F A S H I O N
AUTUMN - WINTER
2014 - 2015

080barcelonafashion.cat

#080BcnFashion

@080_bcn_fashion



BARCELONA
F A S H I O N
AUTUMN - WINTER
2014 - 2015



Generalitat
de Catalunya



Benvinguts a la 13a edició del 080 Barcelona Fashion.

De nou i amb força iniciem aquesta tretzena edició de la manifestació de moda més potent i il·lusionant que es fa a Catalunya.

Edició rere edició i durant cinc dies, posem en valor el talent creatiu de Catalunya, de la mà dels seus dissenyadors i dissenyadores, que fan realitat i ens mostren les seves creacions.

Aquest 080 Barcelona Fashion és un element més de suport a la internacionalització de les nostres empreses, tasca en la qual, des del Govern, estem treballant des de tots els fronts.

Així mateix, en aquest camí de la relocalització de la nostra indústria i, en especial, de la del tèxtil i la moda, creiem que aquesta manifestació és també una ajuda significativa.

Aquests cinc dies atapeïts d'actes, de desfilades, de jornades tècniques, de premis, etc., fan que la capital de Catalunya respiri moda al 100%.

En aquesta edició, hi ha 34 desfilades, que són una gran mostra de la força creativa i empresarial, resumida i condensada en cada una d'elles.

I mereixen una menció especial la presentació de la col·lecció de l'artista cubana Isabel Toledo, que serà mostrada per primera vegada a Europa.

Veurem des dels més novells fins als ja consagrats dissenyadors, des de les petites empreses fins a les magnífiques multinacionals que tenim a Catalunya.

Podrem seguir en directe, gràcies al 080 TV Channel, tot el que passa i viurem l'actualitat minut a minut.

En definitiva, un gran espectacle, que és possible gràcies a l'esforç i a la feina que fan tots els que hi participen, ja des de fa molt de temps.

Estic convençut que aquesta nova edició del 080 Barcelona Fashion tornarà a ser aquell punt de trobada del sector del tèxtil i de la moda, que tornarà a ser el punt de trobada il·lusionant de tots els qui porten dins seu els gens del potencial creatiu.

I espero, per damunt de tot, que contribueixi a aconseguir els màxims objectius empresarials a tots els que hi participen i que els permeti vendre més i millor.

Gràcies, i benvinguts de nou.

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

Bienvenidos a la 13ª edición del 080 Barcelona Fashion.

De nuevo y con fuerza iniciamos esta treceava edición de la manifestación de moda más potente y cargada de ilusión que se hace en Cataluña.

Edición tras edición, durante cinco días, ponemos en valor el talento creativo de Cataluña, de la mano de sus diseñadores y diseñadoras, que hacen realidad y nos muestran sus creaciones.

Este 080 Barcelona Fashion es un elemento más de soporte a la internacionalización de nuestras empresas, tarea en la que, desde el Gobierno, estamos trabajando en todos los frentes.

Así mismo, en este camino de la relocalización de nuestra industria y, en especial de la del textil-moda, creemos que esta manifestación es, también, una significativa ayuda.

Estos cinco días abarrotados de actos, de desfiles, de jornadas técnicas, de premios, etc. hacen que la capital de Cataluña respire moda al 100%.

En esta edición, hay 34 desfiles, que son una gran muestra de la fuerza creativa empresarial, resumida y condensada en cada una de ellas.

Y merece una mención especial la presentación de la colección de la artista cubana Isabel Toledo, que se mostrará por primera vez en Europa.

Veremos desde los más noveles, hasta los ya más consagrados diseñadores, desde las pequeñas empresas a las magníficas multinacionales que tenemos en Cataluña.

Podremos seguir en directo, gracias al 080 TV Channel, todo lo que pasa y, vivir la actualidad minuto a minuto.

En definitiva, un gran espectáculo, que es posible gracias al esfuerzo y al trabajo de todos los que en él participan, desde hace ya mucho tiempo.

Estoy convencido que esta nueva edición del 080 Barcelona Fashion volverá a ser aquel punto de encuentro del sector del textil y de la moda, que volverá a ser el punto de encuentro cargado de ilusión de todos los que llevan dentro suyo los genes del potencial creativo.

Y espero, por encima de todo, que contribuya a conseguir los máximos objetivos empresariales de todos los que en él participan y, que les permita vender más y mejor.

Gracias y, bienvenidos de nuevo.

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

Welcome to the 13th edition of 080 Barcelona Fashion

Once again and with enthusiasm we kick off this thirteenth edition of the preeminent and most exciting fashion event in Catalonia.

Edition after edition, and for five days, we showcase the value of the creative talent of Catalonia, in the hands of designers and designers who bring to life and show their creations.

The 080 Barcelona Fashion is another element of support for the internationalization of our companies, an endeavor the government is working on all fronts.

Also, to this enterprise of the relocation of our industry, especially that related to textile/ fashion, we believe that this event gives significant support.

For five event packed days; fashion shows, seminars, awards, etc... make the capital of Catalonia breathe 100% fashion.

This year 34 parades are a great example of the creative and entrepreneurial force condensed into each one.

Special mention goes to Cuban artist Isabel Toledo whose European debut is to take place here at 080 Barcelona Fashion.

We will see from the most novice to the already firmly established designers, from small businesses to magnificent multinationals at home in Catalonia.

We follow be able to follow minute to minute live coverage on the 080 TV channel.

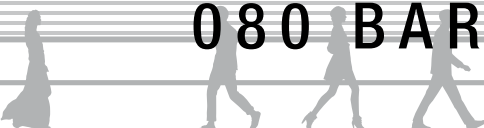
Really a great show, made possible through the long and unstinting effort and work done by everyone involved.

I am convinced that this new edition of the 080 Barcelona Fashion will be that meeting point of the textile and fashion industry which will once again be that exciting meeting point for all who carry creative potential in their genes.

I hope above all that it contributes to the achievement of the most optimistic business objectives for all involved, enabling them to sell more and better ...

Thank you, and welcome back.

Felip Puig i Godes
Minister of Enterprise and Labour
Government of Catalonia



13a EDICIÓ

080 BARCELONA FASHION

Benvinguts,

Del 27 al 31 de gener, la tretzena edició del 080 Barcelona Fashion suma desfilades i porta Isabel Toledo a la passarel·la catalana.

El 080 Barcelona Fashion és el resultat dels quatre eixos d'actuació del Govern en l'àmbit de la moda: formació, producció, creació i internacionalització, i un element més del procés de reindustrialització i relocalització de la producció del tèxtil de Catalunya.

34 desfilades de dissenyadors i marques

En aquesta tretzena edició del 080 Barcelona Fashion, es manté novament l'aposta per una passarel·la en la qual participen dissenyadors emergents i marques i empreses catalanes consolidades de presència internacional.

Per ordre alfabètic, hi desfilen les següents firmes: Albéniz, Aldomartins, Bóboli, Brain&Beast, Celia Vela, Cóndor, Custo Barcelona, Desigual, Escorpion, Georgina Vendrell, Josep Abril, Justicia Ruano, Krizia Robustella, Lebor Gabala, Mango, Manuel Bolaño, Manuel Cruzcastillo, Martinez Lierah, Miriam Ponsa, Natalie Capell, Naulover, Selim de Somavilla, , Oscarleon, Sita Murt, Ssic and Paul, Slazenger, TCN, Torras, Txell Miras, Punto Blanco, Yerse, Zazo & Brull.

La dissenyadora cubana Isabel Toledo desfilarsà per primera vegada a Catalunya. Isabel i Ruben Toledo seran també els encarregats d'impartir una master class adreçada als estudiants de disseny i moda.

El 080 Barcelona Fashion s'obre de nou a la ciutat

Una edició més, el 080 Barcelona Fashion comptarà amb una àrea oberta als compradors i al públic en general. Es tracta de l'espai anomenat **Open Area**, que acollirà el Village, el plató del 080 TV Channel i les diferents activitats i exposicions del certamen. També acollirà l'espai comercial, on prop de mig centenar de pop-up stores de moda, calçat i complements aproparan als visitants les col·leccions més avantguardistes.

Una altra de les novetats presentades és el concurs **Barcelona Designer Collective by La Roca Village**, una iniciativa de La Roca Village en col·laboració amb el CCAM i l'Agència Catalana de Turisme (ACT), que pretén promocionar els nous talents del disseny i l'artesanía al sector de la moda a Catalunya a nivell internacional.

En definitiva, una densa i espectacular programació.

Vull agrair a totes i cada una de les persones del meu equip l'extraordinari treball i esforç que han estat fent des de fa moltes setmanes.

Molt sincerament, moltes i moltes gràcies!

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

13^a EDICIÓN

080 BARCELONA FASHION

Bienvenidos,

Del 27 al 31 de enero la decimotercera edición del 080 Barcelona Fashion suma desfiles y trae a Isabel Toledo a la pasarela catalana.

El 080 Barcelona Fashion es el resultado de los cuatro ejes de actuación del Gobierno en el ámbito de la moda: formación, producción, creación e internacionalización, y un elemento más del proceso de reindustrialización y relocalización de la producción textil de Cataluña.

34 desfiles de diseñadores y marcas

En esta treceava edición del 080 Barcelona Fashion, se mantiene nuevamente la apuesta por una pasarela en la cual participan diseñadores emergentes y marcas y empresas catalanas consolidadas, de presencia internacional.

Por orden alfabético, desfilan las siguientes firmas: Albéniz, Aldomartins, Bóboli, Brain&Beast, Celia Vela, Cóndor, Custo Barcelona, Desigual, Escorpion, Georgina Vendrell, Josep Abril, Justicia Ruano, Krizia Robustella, Lebor Gabala, Mango, Manuel Bolaño, Manuel Cruzcastillo, Martínez Lierah, Miriam Ponsa, Natalie Capell, Naulover, Selim de Somavilla, , Oscarleon, Sita Murt, Ssic and Paul, Slazenger, TCN, Torras, Txell Miras, Punto Blanco, Yerse y Zazo & Brull.

La diseñadora cubana Isabel Toledo desfilará por primera vez en Cataluña. Isabel y Ruben Toledo serán también los encargados de impartir una master class dirigida a los estudiantes de diseño y moda.

El 080 Barcelona Fashion se abre de nuevo a la ciudad

Una edición más, el 080 Barcelona Fashion contará con un área abierta a los compradores y al público en general. Se trata del espacio llamado **Open Area**, que acogerá el Village, el plató del 080 TV Channel y las diferentes actividades y exposiciones del certamen. También acogerá el espacio comercial en el que cerca de medio centenar de pop-up stores de moda, calzado y complementos acercarán a los visitantes las colecciones más vanguardistas.

Otra de las novedades presentadas es el concurso **Barcelona Designer Collective by La Roca Village**, una iniciativa de La Roca Village en colaboración con el CCAM y la Agencia Catalana de Turismo (ACT), que pretende promocionar los nuevos talentos del diseño y de la artesanía en el sector de la moda en Cataluña a nivel internacional.

En definitiva, una densa y espectacular programación.

Quiero agradecer a todas y cada una de las personas de mi equipo el extraordinario trabajo y esfuerzo que han estado haciendo desde hace muchas semanas.

Muy sinceramente, ¡muchas y muchas gracias!

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

13TH EDITION OF 080 BARCELONA FASHION

Welcome all!

From January 27th to 31st the thirteenth edition of 080 Barcelona Fashion plays host to shows and brings Isabel Toledo to the Catalan catwalk.

The 080 Barcelona Fashion Week is the end result of four fronts of action by the Catalan Government in the industry: Training, production, creation, and internationalization; and a further element in the process of "reindustrialization and relocation" of textile production in Catalonia.

34 shows from designers and brands

In this 13th edition, 080 Barcelona Fashion once again provides a forum for emerging designers to participate along with brands and consolidated Catalan firms who have an international presence.

In alphabetical order, the following firms are to show on the catwalk: Albéniz, Aldomartins, Bóboli, Brain&Beast, Celia Vela, Cóndor, Custo Barcelona, Desigual, Escorpion, Georgina Vendrell, Josep Abril, Justicia Ruano, Krizia Robustella, Lebor Gabala, Mango, Manuel Bolaño, Manuel Cruzcastillo, Martínez Lierah, Miriam Ponsa, Natalie Capell, Naulover, Selim de Somavilla, , Oscarleon, Sita Murt, Ssic and Paul, Slazenger, TCN, Torras, Txell Miras, Punto Blanco, Yerse and Zazo & Brull.

The Cuban designer, Isabel Toledo, is set to show for the first time in Catalonia. Additionally, Isabel and Ruben Toledo are to give a master class directed at design and fashion students.

080 Barcelona Fashion open to the city

*Once again, the 080 Barcelona Fashion Week features an open area for buyers and the general public. The aptly-named **Open Area** plays host to the Village, the 080 TV Channel studio and different activities and exhibitions around the event. The commercial space where around more than 50 Pop-Up Stores dedicated to fashion, footwear and accessories allow visitors to get their hands on the most avant-garde collections.*

*Another of the novelties featured is a competition called **Barcelona Designer Collective by La Roca Village**, an initiative from Roca Village in collaboration with the government body responsible for the sector and the Catalan Tourist Board, in order to promote new talent from fashion and design in Catalonia internationally.*

Unquestionably, a rich, full and spectacular program.

I would like to thank each and every one of my team for the extraordinary work and effort expended for many weeks.

Very sincerely, thank you over and over again !!!

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



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

14 Barcelona Fashion Summit

16 Programa / *Program*

18 Biografies ponents / Biografías ponentes / *Speakers' biographies*

28 El Born Centre Cultural

32 Open Area

32 080 TV CHANNEL

34 Pop - up stores

38 Exposiciones / Exposicions / *Exhibitions*

38 080 Design Contest
S Moda Photo Exhibition

40 Timeless

42 Barcelona Prêt-à-Porter 1958-2008

Dissenyadors i marques · Diseñadores y marcas · Designers & Brands

46	ALBÉNIZ	68	MANUEL CRUZCASTILLO
48	BRAIN&BEAST	70	MARTINEZ LIERAH
50	CELIA VELA	72	MIRIAM PONSÀ
52	CUSTO BARCELONA	74	NATALIE CAPELL
54	GEORGINA VENDRELL	76	OSCARLEON
56	ISABEL TOLEDO	78	SELIM DE SOMAVILLA
58	JOSEP ABRIL	80	SITA MURT
60	JUSTICIA RUANO	82	SSIC AND PAUL
62	KRIZIA ROBUSTELLA	84	TCN
64	LEBOR GABALA	86	TXELL MIRAS
66	MANUEL BOLAÑO	88	ZAZO&BRULL
90	ALDOMARTINS	102	NAUOVER
92	BÓBOLI	104	PUNTO BLANCO
94	CÓNDOR	106	SLAZENGER
96	DESIGUAL	108	TORRAS
98	ESCORPION	110	YERSE
100	MANGO		

114 MODAFAD

116

Marxandatge / Merchandising

118

Patrocinadors / Patrocinadores / Sponsors

PROGRAMA



DESFILADAS • DESFILES FASHION SHOWS

(*) Cal tenir invitació / Se necesita invitación / By invitation only

27 / 01 / 2014

20:00h Mango (*)

28 / 01 / 2014

10:30h Krizia Robustella
Selim de Somavilla

12:00h Natalie Capell

13:00h Manuel Bolaño

16:00h Brain & Beast

17:30h Sita Murt

19:00h TCN

21:00h Desigual (*)

29 / 01 / 2014

10:30h Bóboli · Cóndor

12:00h Aldomartins

13:30h Txell Miras
Lebor Gabala

16:00h Celia Vela

17:30h Josep Abril

19:00h Miriam Ponsa

20:30h Custo Barcelona (*)

30 / 01 / 2014

10:30h Georgina Vendrell
Manuel Cruzcastillo

11:30h Naulover

12:30h Albéniz

13:30h Escorpion

16:00h Zazo & Brull

17:30h Martinez Lierah

19:00h Justicia Ruano

20:30h Yerse

31 / 01 / 2014

10:30h Oscarleon
Ssic And Paul

12:00h Slazenger · Torras ·
Punto Blanco

13:30h Lliurament de premis
Entrega de premios
Awards ceremony

13:30h Isabel Toledo (*)

16:00h Modafad

MASTER CLASS

31 / 01 / 2014

10:30h - 12:00h Toledo & Toledo (*)

P R O G R A M

HORARI • HORARIO • *TIMETABLE* VILLAGE

27 / 01 / 2014

18:30h - 21:00h

28 - 30 / 01 / 2014

10:00h - 21:00h

31 / 01 / 2014

10:00h - 19:00h

HORARI • HORARIO • *TIMETABLE* OPEN AREA (POP-UP STORES)

28 - 30 / 01 / 2014

10:00h - 20:30h

31 / 01 / 2014

10:00h - 19:00h

HORARI • HORARIO • *TIMETABLE* EXPOSICIONS • EXPOSICIONES • *EXHIBITIONS*

27 - 31 / 01 / 2014

Timeless
080 Design Contest
S Moda Photo Exhibition

(Open Area)

Fins / Hasta / Until 30 / 03 / 2014

Barcelona Prêt-à-Porter 1958-2008
(Palau Robert)

CONCURS • CONCURSO *CONTEST*

28 / 01 / 2014

13:45h Barcelona Designer Collective by La Roca Village

PRESENTACIÓ • PRESENTACIÓN *PRESENTATION*

29 / 01 / 2014

12:00h Morellato Jewelry Challenge

29 / 01 / 2014

Lloc / Lugar / Place: Casa Llotja de Mar

El sector de la moda té una gran importància a l'economia catalana i espanyola. Amb l'empenta de grups líders a escala internacional, coincideixen en aquest negoci una àmplia pluralitat de marques i grups de distribució que conformen un dels sectors més dinàmics del país.

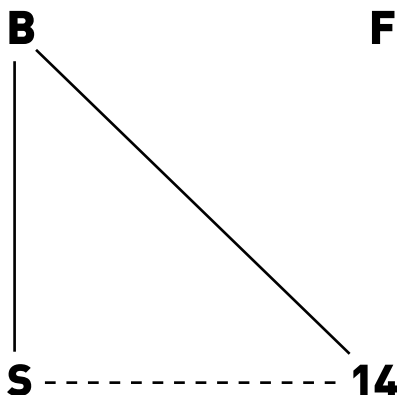
Promogut per Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM) de la Generalitat i organitzat per Moda.es, grup editorial y de serveis de referència al negoci de la moda a España, Barcelona Fashion Summit és una jornada que forma part de les activitats de 080 Barcelona Fashion que s'ha convertit en el principal punt de trobada per als professionals i les empreses del sector de la moda.

Barcelona Fashion Summit reuneix anualment a Barcelona als protagonistes del sector, que tracten, mitjançant ponències i debats, els assumptes clau de l'actualitat d'aquest negoci. Cada edició té una temàtica específica i un títol que emmarca el conjunt d'activitats de la jornada.

Les trobades anuals, d'un dia de durada, s'articulen mitjançant ponències de destacades personalitats del sector de la moda a España y arreu del món, amb un gran protagonisme del món empresarial.

Més de 300 directius i empresaris de la indústria de la moda es van reunir a Barcelona Fashion Summit 2013, on van participar a una intensa jornada de conferències i debats protagonitzats per una vintena d'executius i experts nacionals i internacionals de la moda.

Barcelona Fashion Summit 2014 es celebrarà el proper 29 de gener de 2014 a la Casa Llotja de Mar, a Barcelona. La importància de la creació de marca en un entorn tan competitiu com el de la indústria de la moda, les millors fórmules (des del finançament bancari fins l'aliança amb socis locals) o els mercats més atractius pel desenvolupament són alguns dels temes que es tractaran a Barcelona Fashion Summit 2014.



CBRE



privalia *

El sector de la moda tiene un peso especialmente significativo en la economía catalana y española. Con el empuje de grupos líderes a escala internacional, concurren en este negocio una amplia pluralidad marcas y grupos de distribución que forman uno de los sectores más dinámicos del país.

Promovido por el Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM) de la Generalitat y organizado por Modaes.es, grupo editorial y de servicios de referencia en el negocio de la moda en España, Barcelona Fashion Summit (www.barcelonafashionsummit.com) es una jornada enmarcada en las actividades de 080 Barcelona Fashion que se ha convertido el principal punto de encuentro para los profesionales y las empresas del sector de la moda.

Barcelona Fashion Summit reúne anualmente en Barcelona a los protagonistas del sector, que abordan, mediante los formatos de ponencia y debate, los temas clave de la actualidad de este negocio. El encuentro, de un día de duración, se articula mediante ponencias de destacadas personalidades del sector de la moda en España y todo el mundo, con un claro protagonismo del mundo empresarial.

Más de 300 directivos y empresarios de la industria de la moda se dieron cita en Barcelona Fashion Summit 2013, donde asistieron a una intensa jornada de conferencias y debates a cargo de una veintena de ejecutivos y expertos nacionales e internacionales de la industria de la moda.

Barcelona Fashion Summit 2014 tendrá lugar el próximo 29 de enero de 2014 en la Casa Llotja de Mar, en Barcelona. La importancia de la creación de marca en un entorno tan competitivo como el de la industria de la moda, las fórmulas de crecimiento idóneas (desde la financiación bancaria a la alianza con socios locales) o los mercados más atractivos para el desarrollo internacional son algunos de los asuntos que se abordarán en Barcelona Fashion Summit 2014.

The fashion industry has played a very important role and has a very heavy weight in the Spanish economy. the leaders of this industry are not only leaders in Spain, but they have expanded their business to other countries and so, have become leaders worldwide. Because of this, this sector has grown to be dominant in the economy.

Sponsored by Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM) – Generalitat de Catalunya, and organized by Modaes.es, a fashion business editorial that also expertises on events and planning, Barcelona Fashion Summit has become a meeting point for the professionals and for the leading companies of the industry.

Barcelona Fashion Summit brings together the protagonists of the industry every year in Barcelona. These leaders are attracted by the debates and topics discussed in the conference, as they are current, rich in information, and helps each and every one of them to become even more successful in the future. This annual meeting, that takes place in one day, are articulated within the exchange of information or communication between leading personalities of the spanish sector and the worldwide fashion network. The business branch of the industry is the topic that is mostly, if not entirely, touched in the conference, also getting into the economics of the industry and the overseeing of individual companies. The public is composed by more that 300 professionals, interested in fashion with business as their main driver.

More than 300 top business owners and drivers of the fashion industry got together for Barcelona Fashion Summit 2013. Extremely important and interesting conferences were held, aswell as debates within the leaders of the fashion world, both domestically and internationally.

Barcelona Fashion Summit 2014 will be held on January 29th, 2014, at Casa Llotja de Mar (Barcelona). Within the topics that will take place in the conference are the importance of the creation of a brand within such competitive field, the formulas for financial growth, as well as social growth, and the most attractive markets for international growth. These topics are not only essential for the learning of any business leader and employee, but it also expands ones ideas for business.

P R O G R A M A

TAULES RODONES MESAS REDONDAS Y CONFERENCIAS

29 / 01 / 2014

8,30h - 9,00h

Recepció d'assistents i presentació / Recepción de asistentes y presentación /
Reception of participants and presentation

— Pere Torres, Secretari d' Empresa i Competitivitat / Secretario de Empresa y Competitividad / *Secretary for Business and Competitiveness*
— Pilar Riaño, Directora de Modaes/ *Moda.es Director*

9,00h - 9,30h

Ponència inaugural / Ponencia inaugural / *Opening talk*

— Toni Segarra, Fundador / *Founder S,C,P,F...*

9,30h - 10,15h

Panorama internacional de la moda / Panorama internacional de la moda / *International fashion scene*

— Javier Vello, Soci de / Socio de / *Partner (PwC)*

10,30h - 11,30h

Taula de debat I - La força de la marca: posicionament en un mercat global / Mesa de debate I - La fuerza de la marca: posicionamiento en un mercado global / *Round Table debate I - The force behind a brand: positioning in a global market*
— Guillermo Corominas, Director Internacional de Publicitat / Director de Publicidad / *International Advertising Director (Mango)*.

— Borja Castresana, Director de Màrqueting / Director de Márketing / *Marketing Director (Desigual)*.

— Juan Carlos Ibáñez, President / Presidente / *President (Forecast)*.

— Cristina Mesa, Associada Senior / Asociada Senior / *Senior Associate (Garrigues)*.

— Gonzalo Brujó, President Interbrand a Espanya i a l'Amèrica llatina / Presidente de Interbrand para España y Latinoamérica / *Interbrand Spain and South-America President*

11,30h - 12,15h

Cafè networking / Café networking / *Networking coffee*

12,30h - 13,15h

Ponència expert / Ponencia experto / *Expert talk*

— Julio Babecki, Soci L Capital / Socio L Capital / *L Capital partner.*

P R O G R A M

I CONFERÈNCIES .

• R O U N D T A B L E S & C O N F E R E N C E S

13,15h - 14,30h

Taula de debat II - Fórmulas de creixement i de finançament: dels bancs als socis locals / Mesa de debate II - Fórmulas de crecimiento y financiación: de los bancos a los socios locales / *Round Table debate II - Formulas for growth and finance: From the banks to the local partners*

— Ignacio Sierra, Director General Corporatiu Grup Cortefiel / Director General Corporativo Grupo Cortefiel / *Corporate Managing-Director Cortefiel Group.*

— Borja Oria, Responsable de Retail / *in charge of retail* (Arcano Capital).

— Luis Lara, Director Retalent

— Enrique García, Soci de McKinsey & Co / Socio de McKinsey & Co / *McKinsey & Co Partner.*

— Julio de Olives, Director General Grup Mascaró / Director General Grupo Mascaró / *Managing-Director of Mascaró Group.*

14,30h - 16,00h

Dinar networking / Comida networking / *Networking lunch*

16,00h - 16,45h

Ponència expert / *Ponencia experto / Expert talk*

— Stefania Saviolo, Professora de la Universidad Bocconi / Profesora de la Universidad Bocconi / *Professor at Bocconi University.*

16,45h - 18,00h

Taula de debat III - Brics, Civets i Mavins: els mercats més atractius per a la indústria de la moda / Mesa de debate III - Brics, Civets y Mavins: los mercados más atractivos para la industria de la moda / *Round Table debate III - BRICS, CIVETS AND MAVINKs: The most attractive markets for the fashion industry*

— Andrés Contreras, Director comercial general de Bestseller a Espanya i a l'Amèrica llatina / Director comercial general de Bestseller en España y Latinoamérica / *Commercial Director Bestseller Spain and South America.*

— Alejandro Martín, Director Internacional Sociedad Tèxtil Lonia / Director Internacional de la Sociedad Textil Lonia / *International Director Lonia Textile Company.*

— Carlos Delso, Director General de la joieria Suárez / Director General de la joyería Suárez / *Managing-Director Suárez jewellers.*

— José Carlos García, Director de Màrqueting i de Comunicació de Marypaz / Director de Márqueting y Comunicación de Marypaz / *Marketing & Communication Director Marypaz.*

— Ion Saralegui, Director CBRE

18,00h - 18,30h

Construcció de marca i comunicació al Grup Inditex / Construcción de marca y comunicación en el Grupo Inditex / *Brand building and communication at the Inditex Group*

— Jesús Echevarría, Director General de Comunicació del Grup Inditex / Director General de comunicación del Grupo Inditex / *Communication Director Inditex Group.*

JESÚS ECHEVARRÍA

Jesús Echevarría és director general de comunicació i relacions institucionals d'Inditex. Nascut a Barcelona, forma part de l'alta direcció de la companyia gallega. Llicenciat en Comunicació per la Universitat Complutense de Madrid i en Filosofia per la Universitat Autònoma de Madrid, es va incorporar a Inditex al setembre de 2005.

Jesús Echevarría es director general de comunicación y relaciones institucionales de Inditex. Nacido en Barcelona, forma parte de la alta dirección de la compañía gallega. Licenciado en Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid y en Filosofía por la Universidad Autónoma de Madrid, se incorporó a Inditex en septiembre de 2005.

Jesús Echevarría is general manager of communications and institutional relations of Inditex. Born in Barcelona, is part of the senior management of the Galician company. BA in Communication from the Complutense University of Madrid and Philosophy from the Universidad Autónoma de Madrid, joined Inditex in September 2005.



JULIO BABECKI

Julio Babecki és soci en L Capital des de 2007. Està basat a Madrid i està involucrat en transaccions a tot Europa, particularment a Espanya, Portugal, Regne Unit i Escandinàvia. Babecki és membre del consell d'administració del grup Pepe Jeans, així com de ST Lonia, la companyia propietària de la llicència CH.

Julio Babecki es socio en L Capital desde 2007. Está basado en Madrid y está involucrado en transacciones en toda Europa, particularmente en España, Portugal, Reino Unido y Escandinavia. Babecki es miembro del consejo de administración del grupo Pepe Jeans, así como de ST Lonia, la compañía propietaria de la licencia CH.

Julio Babecki is a partner in L Capital since 2007. It is based in Madrid and is involved in transactions throughout Europe, particularly in Spain, Portugal, UK and Scandinavia. Babecki is a member of the group management board Pepe Jeans and ST Lonia, the owner of the licensed company CH.



BIOGRAFÍAS PONENTES

BIOGRAPHIES

STEFANIA SAVIOLO

Stefania Saviolo és una de les principals expertes en gestió d'empreses de moda d'Europa. Directora del Màster en Moda de la Universitat Bocconi de Milà, Saviolo és llicenciada en Direcció d'Empreses per Bocconi i, a més, doctora en Dret internacional per la Universitat de Bèrgam.

Stefania Saviolo es una de las principales expertas en gestión de empresas de moda de Europa. Directora del Master en Moda de la Universidad Bocconi de Milán, Saviolo es licenciada en Dirección de Empresas por Bocconi y, además, doctora en Derecho internacional por la Universidad de Bèrgamo.

Stefania Saviolo is one of the leading experts in management fashion companies in Europe. Director of the Master in Fashion from Bocconi University in Milan, Saviolo has a degree in Business Administration from Bocconi and also a PhD in international law from the University of Bergamo.



TONI SEGARRA

Toni Segarra és des de 1996 fundador i director creatiu de l'agència de S, C, P, F... i responsable d'emblemàtiques campanyes de publicitat per a empreses com Evax, BMW o Ikea. Segarra, que ha estat guardonat amb nombrosos premis internacionals, havia desenvolupat anteriorment la seva carrera professional en agències com Vizeversa, Contrapunt, Casadevall Pedreño o Delvico.

Toni Segarra es desde 1996 fundador y director creativo de la agencia de S,C,P,F... y responsable de emblemáticas campañas de publicidad para empresas como Evax, BMW o Ikea. Segarra, que ha sido galardonado con numerosos premios internacionales, había desarrollado anteriormente su carrera profesional en agencias como Vizeversa, Contrapunto, Casadevall Pedreño o Delvico.

Toni Segarra is since 1996 founder and creative director of the agency of S, C, P, F... and responsible for iconic advertising campaigns for companies like Evax, BMW or Ikea. Segarra, who has won numerous international awards, had previously spent his professional career as Vizeversa agencies, Counterpoint, Casadevall Pedreño or Delvico.



JULIO DE OLIVES

Julio de Olives és director general del grup de calçat Mascaró, propietari de les marques Jaime Mascaró, Úrsula Mascaró i Pretty Ballerinas. Llicenciat en Ciències Econòmiques, De Olives va començar la seva carrera professional com a analista financer a Kraft Foods Espanya.

Julio de Olives es director general del grupo de calzado Mascaró, propietario de las marcas Jaime Mascaró, Úrsula Mascaró y Pretty Ballerinas. Licenciado en Ciencias Económicas, De Olives comenzó su carrera profesional como analista financiero en Kraft Foods España.

Julio de Olives is CEO group Mascaró shoes, Own Brands Jaime Mascaró, Ursula Mascaró and Pretty Ballerinas. Degree in Economics, De Olives began his career as a financial analyst at Kraft Foods Spain.



ANDRÉS CONTRERAS

Andrés Contreras és director comercial general per a Espanya, Portugal i Llatinoamèrica de la multinacional de moda Bestseller, que comercialitza marques com Jack & Jones, Vero Moda i Only. El directiu, que es va unir al grup l'any 2001, ha desenvolupat les seves responsabilitats tant a Espanya com a nivell internacional en països com Dinamarca i la Xina.

Andrés Contreras es Director Comercial General para España, Portugal y Latinoamérica de la multinacional de moda Bestseller, que comercializa marcas como Jack & Jones, Vero Moda y Only. El directivo, que se unió al grupo en el año 2001, ha desarrollado sus responsabilidades tanto en España como a nivel internacional en países como Dinamarca y China.

Andrés Contreras is General Sales Manager for Spain, Portugal and Latin America of the Bestseller Multinational fashion, which markets brands such as Jack & Jones, Vero Moda and Only. The executive, who joined the group in 2001, has developed its responsibilities both in Spain and internationally in countries such as Denmark and China.



BIOGRAFÍAS PONENTES

BIOGRAPHIES

ENRIQUE GARCÍA

Enrique García López és soci de McKinsey & Company i responsable dels sectors de Consumer Goods i Retail per a Espanya i Portugal. Es va incorporar a McKinsey el 2001. És MBA per la Stanford Graduate School of Business.

Enrique García López es socio de McKinsey & Company y responsable de los sectores de Consumer Goods y Retail para España y Portugal. Se incorporó a McKinsey en 2001. Es MBA por la Stanford Graduate School of Business.

Enrique García López is a partner of McKinsey & Company, responsible for the areas of Retail and Consumer Goods for Spain and Portugal. He joined McKinsey in 2001. He holds an MBA from the Stanford Graduate School of Business.



GONZALO BRUJÓ

Gonzalo Brujó és president de la consultora de marques Interbrand a Llatinoamèrica i Iberia, on treballa amb companyies de l'Íbex 35 i el PSI 20, amb diverses multinacionals i institucions públiques, gestionant projectes estratègics en l'àmbit de la marca, el màrqueting i la comunicació.

Gonzalo Brujó es presidente de la consultora de marcas Interbrand en Latinoamérica e Iberia, donde trabaja con compañías del Ibex35 y el PSI 20, con varias multinacionales e instituciones públicas, gestionando proyectos estratégicos en el ámbito de la marca, el márketing y la comunicación.

Gonzalo Brujó is president of brand consultancy Interbrand in Latin America and Iberia, working with companies in the Ibex 35 and 20 PSI, with several multinational and public institutions, managing strategic projects in the field of branding, marketing and communication.



JAVIER VELLO

Javier Vello és soci de la firma de serveis professionals PwC. Responsable de l'àrea de retail i consum a Espanya, Borrissol té una àmplia experiència en el sector de la moda nacional i internacional a través de projectes d'estratègia, expansió o eficiència operativa en empreses com Grup Cortefiel, Desigual, Camper, Blanc o Magatzems García (Mèxic).

Javier Vello es socio de la firma de servicios profesionales PwC. Responsable del área de retail y consumo en España, Vello tiene una amplia experiencia en el sector de la moda nacional e internacional a través de proyectos de estrategia, expansión

o eficiencia operativa en empresas como Grupo Cortefiel, Desigual, Camper, Blanco o Almacenes García (México).

Javier Vello is a member of the professional services firm PwC. Responsible for the retail and consumption in Spain, Vello has extensive experience in the field of national and international fashion projects through strategy, expansion or operational efficiency in companies like Cortefiel Group, Desigual, Camper, White or Storage García (Mexico).



IGNACIO SIERRA

Ignacio Sierra és la cara visible de Grupo Cortefiel, el tercer grup espanyol de distribució de moda. El directiu ocupa el càrrec de director general corporatiu de l'empresa i es fa càrrec de les àrees de comunicació, responsabilitat social corporativa i compres i adquisicions.

Ignacio Sierra es la cara visible de Grupo Cortefiel, el tercer mayor grupo español de distribución de moda. El directivo ocupa el cargo de director general corporativo de la empresa y se hace cargo de las áreas de comunicación, responsabilidad social corporativa y compras y adquisiciones.

Ignacio Sierra is the visible face of Cortefiel Group, the third largest Spanish fashion retail group. The steering has served as corporate general manager of the company and is responsible for the areas of communication, social responsibility and corporate purchasing and procurement.



BIOGRAFÍAS PONENTES

BIOGRAPHIES

JUAN CARLOS IBÁÑEZ

Juan Carlos Ibáñez és president de Forecast, marca de moda masculina fundada amb la seva dona, Sara Fernández, el 1991 i amb seu a Llanera (Badajoz). La companyia ha desenvolupat un fort creixement en els últims anys i compta amb presència a països com Irlanda, Portugal, Itàlia, França, Grècia o Alemanya, a més del mercat asiàtic i l'africà.

Juan Carlos Ibáñez es presidente de Forecast, marca de moda masculina fundada junto a su esposa, Sara Fernández, en 1991 y con sede en Llanera (Badajoz). La compañía ha desarrollado un fuerte crecimiento en los últimos años y cuenta con presencia en países como Irlanda, Portugal,

Italia, Francia, Grecia o Alemania, además del mercado asiático y el africano.

Juan Carlos Ibáñez is president of Forecast, menswear brand founded with his wife, Sara Fernández in 1991 and headquartered in Llerena (Badajoz). The company has developed a strong growth in recent years and has presence in countries like Ireland, Portugal, Italy, France, Greece and Germany, in addition to Asian and African market.



ION SARALEGUI

Ion Saralegui dirigeix des de març de 2011 els departaments de High Street i Tenant Representation de la consultora immobiliària CBRE. Abans de la seva incorporació a CBRE, Saralegui va exercir durant set anys com a directora d'expansió per Espanya i Portugal de la multinacional sueca H & M.

Ion Saralegui dirige desde marzo de 2011 los departamentos de High Street y Tenant Representation de la consultora inmobiliaria CBRE. Antes de su incorporación a CBRE, Saralegui ejerció durante siete años como directora de expansión para España y Portugal de la multinacional sueca H&M.

Ion Saralegui runs from March 2011 the departments of High Street and Tenant Representation property consultant CBRE. Prior to joining CBRE, Saralegui served for seven years as director of expansion for Spain and Portugal of the multi-national Swedish H & M.



CRISTINA MESA

Cristina Mesa és associada sènior al Departament de Propietat Industrial i Intel·lectual de Garrigues, a l'oficina de Barcelona. Mesa és llicenciada en Dret i Ciències Polítiques i de l'Administració per la Universitat Carlos III de Madrid i autora de diversos llibres sobre el dret a la imatge i la seva explotació comercial.

Cristina Mesa es asociada senior en el Departamento de Propiedad Industrial e Intelectual de Garrigues, en la oficina de Barcelona. Mesa es licenciada en Derecho y Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad Carlos III de Madrid y autora de varios libros sobre el derecho a la imagen y su explotación comercial.

Cristina Mesa is a senior associate in the Department of Intellectual Property Garrigues in the Barcelona office. Mesa has a degree in Law and Political Science and Public Administration from the University Carlos III of Madrid and author of several books about image rights and commercial exploitation.



BORJA ORIA

Borja Oria és director i responsable dels sectors de retail i consum en la divisió de banca d'inversió de Arcà. Més, és president de l'Associació Empresarial del Comerç Tèxtil i Complementes (Acotex) i de la Confederació Espanyola del Comerç Tèxtil i Moda (Cecotex). Com a expert en el sector, és ponent i professor en nombrosos fòrums i universitats (ISEM, CUNEF, CU Villanueva, etc...).

Borja Oria es director y responsable de los sectores de retail y consumo en la división de banca de inversión de Arcano. Además, es presidente de la Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos (Acotex) y de la Confederación Española del Comercio Textil y Moda (Cecotex).

Como experto en el sector, es ponente y profesor en numerosos foros y universidades (ISEM, CUNEF, C.U. Villanueva, etc...).

Borja Oria is director and head of retail companies and consumer banking division investment Arcanum. Additionally, he is president of the Business Association of Textile Trade & Accessories (Acotex) and the Spanish Confederation of Textile Trade and Fashion (Cecotex). As an expert in the field, is a speaker and lecturer at numerous forums and universities (ISEM, CUNEF, CU Villanueva, etc ...).



BIOGRAFÍAS PONENTES

BIOGRAPHIES

ALEJANDRO MARTÍN

Alejandro Martín és director internacional de Societat Tèxtil Lonia, el grup gallec propietari de la llicència per a tèxtil i complements de CH Carolina Herrera i de l'ensenyament Purificación García. Compagina la seva feina a la companyia de disseny, producció i distribució de moda amb la seva tasca com a docent a l'Escola de Negocis NovaCaixaGalicia, en el Màster en Negocis Internacionals.

Alejandro Martín es director internacional de Sociedad Textil Lonia, el grupo gallego propietario de la licencia para textil y complementos de CH Carolina Herrera y de la enseñanza Purificación García. Compagina su trabajo

en la compañía de diseño, producción y distribución de moda con su labor como docente en la Escuela de Negocios NovaCaixaGalicia, en el Master en Negocios Internacionales.

Alejandro Martín is international director of Sociedad Textil Lonia, Galician group licensee for textile and clothing of CH Carolina Herrera and Purificación García teaches. He combines his work in the company of design, production and distribution of fashion with his work as a teacher at the School of Business NovaCaixaGalicia in the Master in International Business.



LUIS LARA

Luis Lara és director de la consultora Retalent, especialitzada en assessorament a empreses de retail i moda en els processos d'expansió internacional. Llicenciat en Ciències Empresarials i Dret pel Icade, va cursar el Programa de Desenvolupament Directiu a Esade i Programa de Direcció General a Iese.

Luis Lara es director de la consultora Retalent, especializada en asesoramiento a empresas de retail y moda en los procesos de expansión internacional. Licenciado en Ciencias Empresariales y Derecho por el Icade, cursó el Programa de Desarrollo Directivo en Esade y Programa de Dirección General en Iese.

Luis Lara Retalent is director of the consulting firm, specializing in advising retail and fashion companies in the process of international expansion. Bachelor of Business and Law by Icade, attended the Executive Development Program at ESADE and General Management Program at IESE.



CARLOS DELSO

Carlos Delso és director general de Joieria Suárez. Ex director general a Espanya de Louis Vuitton, Delso és professor associat de ICADE, IE, ISEM i CU Villanueva i doctorand en ICADE i PDG a IESE. Ha treballat en posicions de màrqueting, vendes i direcció general en els sectors de béns de consum d'alta rotació, telecomunicacions i els últims dotze anys en el sector del luxe al mercat ibèric i del nord d'Àfrica.

Carlos Delso es director general de Joyería Suárez. Ex director general en España de Louis Vuitton, Delso es profesor asociado de ICADE, IE, ISEM y C.U. Villanueva y doctorando en ICADE y PDG en IESE. Ha trabajado en posiciones de marketing, ventas y

dirección general en los sectores de bienes de consumo de alta rotación, telecomunicaciones y los últimos doce años en el sector del lujo en el mercado ibérico y del norte de África.

Carlos Delso is CEO of Jewelry Suarez. Former CEO in Spain of Louis Vuitton, Delso is associated iCade, IE, ISEM and CU Villanueva and a doctoral candidate in Icade and PDG from IESE. He has worked in positions of marketing, sales and general management in the areas of goods FMCG, telecommunications and the last twelve years in the luxury sector in the Iberian market and North Africa.



BORJA CASTRESANA

Borja Castresana està al capdavant del departament de màrqueting de Desigual, una de les companyies espanyoles del negoci de la moda amb major creixement durant els últims anys. Abans d'incorporar-se a Desigual al maig de 2013, Castresana a Pronovias i, anteriorment, en empreses de gran consum com Danone.

Borja Castresana está al frente del departamento de marketing de Desigual, una de las compañías españolas del negocio de la moda con mayor crecimiento durante los últimos años. Antes de incorporarse a Desigual en mayo de 2013, Castresana en Pronovias y, anteriormente, en empresas de gran consumo como Danone.

Borja Castresana heads the marketing department of Desigual, one of the Spanish companies in the fashion business with the highest growth in recent years. Before joining Desigual in May 2013, Castresana on Pronovias and previously in FMCG companies like Danone.



BIOGRAFÍAS PONENTES

BIOGRAPHIES

GUILLERMO COROMINAS

Guillermo Corominas és director internacional de publicitat de Mango, empresa a la qual es va incorporar el setembre de 2008. Fins llavors, Corominas havia desenvolupat la seva carrera professional en l'agència de publicitat Bassat Ogilvy i en l'empresa Sundisa, especialitzada en lonas de gran format, banderoles, estands de fira, publicitat exterior, retolació i impacte visual.

Guillermo Corominas es director internacional de publicidad de Mango, empresa a la que se incorporó en septiembre de 2008. Hasta entonces, Corominas había desarrollado su carrera profesional en la agencia de publicidad Bassat Ogilvy y en la

empresa Sundisa, especializada en lonas de gran formato, banderolas, estands de feria, publicidad exterior, rotulación e impacto visual.

Guillermo Corominas is international advertising director of Mango, company that was incorporated in September 2008. Until then, Corominas had developed his career in the advertising agency Bassat Ogilvy and Sundisa company specializing in large format canvases, banners, trade show booths, outdoor advertising, signage and visual impact.



JOSÉ CARLOS GARCÍA

José Carlos García és responsable de màrqueting i comunicació i director d'expansió internacional de la companyia espanyola de calçat Marypaz. García es va incorporar a la companyia el 2012, anteriorment, havia desenvolupat la seva carrera professional en empreses com La Caixa, Caixa Catalunya o la productora de ràdio i televisió Silenci.

José Carlos García es responsable de marketing y comunicación y director de expansión internacional de la compañía española de calzado Marypaz. García se incorporó a la compañía en 2012; anteriormente, había desarrollado su carrera profesional en empresas como La Caixa, Caixa Catalunya o la productora de radio y televisión Silencio.

José Carlos García is responsible for marketing and communication director of international expansion of Spanish footwear company Marypaz. Garcia joined the company in 2012, previously had developed his professional career in companies such as La Caixa, Caixa Catalunya or the production of radio and television Silence.





El Born Centre Cultural és una porta oberta a un món tant d'emoció i èpica com de creació i innovació. Arrelats en els fonaments del passat, els valors que transmet el centre ens permeten plantejar-nos la complexitat de l'avui i els somnis del demà.

Les restes conservades de la ciutat, atacada durant el setge del 1714 i posteriorment enderrocada per construir-hi la fortalesa militar de la Ciutadella, no són només pedres, sinó que són testimonis que avui fan possible explicar com vivien els barcelonins dels segles XVII i XVIII, i constitueixen, alhora, l'escenari d'un dels moments fonamentals de la història de Catalunya i de la pèrdua de les seves llibertats i sobirania política.

En aquest marc, el Born Centre Cultural s'ofereix com un espai viu, una aproximació intensa i vibrant a l'ànima d'una ciutat i d'un país fidel a la seva identitat nacional. El programa d'activitats del Born CC té l'objectiu de convertir aquest equipament en un centre de referència de primer ordre de la cultura a Catalunya, i afavoreix que sigui un punt de trobada entre els agents dels diferents àmbits que la promouen.

Apropar, pensar, sentir, entendre, somniar, crear, viure, emocionar, preveure, innovar, comunicar, debatre, retrobar, formar, somniar... Tot plegat fa del Born Centre Cultural un espai singular, que contribueix a construir l'imaginari col·lectiu d'una cultura catalana potent, moderna, oberta i universal.

Benvinguts a casa vostra.

Quim Torra
Director de El Born Centre Cultural
Ajuntament de Barcelona



El Born Centre Cultural es una puerta abierta a un mundo tanto de emoción épica como de creación e innovación. Arraigados en los fundamentos del pasado, los valores que el centro transmite nos permiten plantearnos la complejidad del hoy y los sueños del mañana.

Los restos conservados de la ciudad atacada durante el sitio del 1714 y posteriormente demolida para construir la fortaleza militar de la Ciudadela, no son sólo piedras, sino testimonios que hoy hacen posible explicar como vivían los barceloneses de los siglos XVII i XVIII, y constituyen a la vez el escenario de uno de los momentos fundamentales de la historia de Cataluña y de la pérdida de sus libertades y soberanía política.

En este marco, EL Born Centre Cultural se ofrece como un espacio vivo, una aproximación intensa y vibrante al alma de una ciudad y de un país fiel a su identidad nacional. El programa de actividades del Born CC tiene el objetivo de convertir este equipamiento en un centro de referencia de primer orden de la cultura en Cataluña, favoreciendo que sea un punto de encuentro entre los agentes de los diferentes ámbitos que la promueven.

Acercar, pensar, sentir, entender, soñar, crear, vivir, emocionar, prever, innovar, comunicar, debatir, reencontrar, formar, soñar... Todo ello hace del Born Centre Cultural un espacio singular que contribuye a construir el imaginario colectivo de una cultura catalana, potente, moderna, abierta y universal.

Bienvenidos a su casa.

Quim Torra
Director de El Born Centre Cultural
Ajuntament de Barcelona

EL BORN CENTRE CULTURAL



Born Cultural Center is both a gateway to a world of emotion and epic events and one of creation and innovation. Rooted in the foundations of the past, the center transmits values that permit us to consider the complexity of today and the dreams of tomorrow.

The preserved remains of the town attacked during the siege of 1714 and later demolished to build the Ciutadella military fortress are not just stones, but witnesses that today make it possible to explain how the locals lived in the seventeenth and eighteenth centuries, and are also the scene of one of the pivotal moments in the history of Catalonia: the loss of its freedom and sovereignty.

In this context, the Born Cultural Center offers itself as a vital space, a strong and vibrant approach to the soul of a city and a country loyal to its national identity. The program of activities Born CC aims to convert the facility into a primary cultural center which facilitates the meeting among agents who promote the diverse cultural aspects of Catalonia.

Approach, think, feel, understand, dream, create, live, stir, anticipate, innovate, communicate, discuss, rediscover, educate, dream ... All of this makes Born Cultural Center a unique space that helps to construct a potent Catalan culture in the collective imagination, modern, open and universal.

Welcome. Please feel at home.

Quim Torra
Director de El Born Centre Cultural
Ajuntament de Barcelona

080
BARCELONA
FASHION

&



CARWALK



Autumn-winter 2014

Del 27 al 31 de gener de 2014 · El Born Centre Cultural

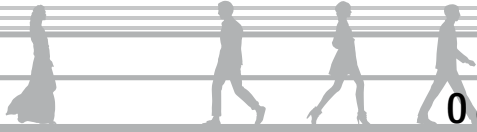


facebook.com/MoritzBarcelona



twitter.com/MoritzBarcelona

Moritz recomana el consum responsable. 5,4°



080 TV CHANNEL

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

Va ser inaugurat el gener del 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 de tardor-hivern.

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

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

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

De esta manera, el 080 Barcelona Fashion ofrece, a través de la red, abundante material audiovisual y completas interpretaciones, para contextualizar y entender las abundantes novedades de este universo. Un grupo de estudiantes y profesionales del Máster en Comunicación de Moda de la Facultad de Comunicación Blanquerna (Universidad Ramón Llull), 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, it broadcasts the spring-summer and fall – winter editions of all fashion parades live.

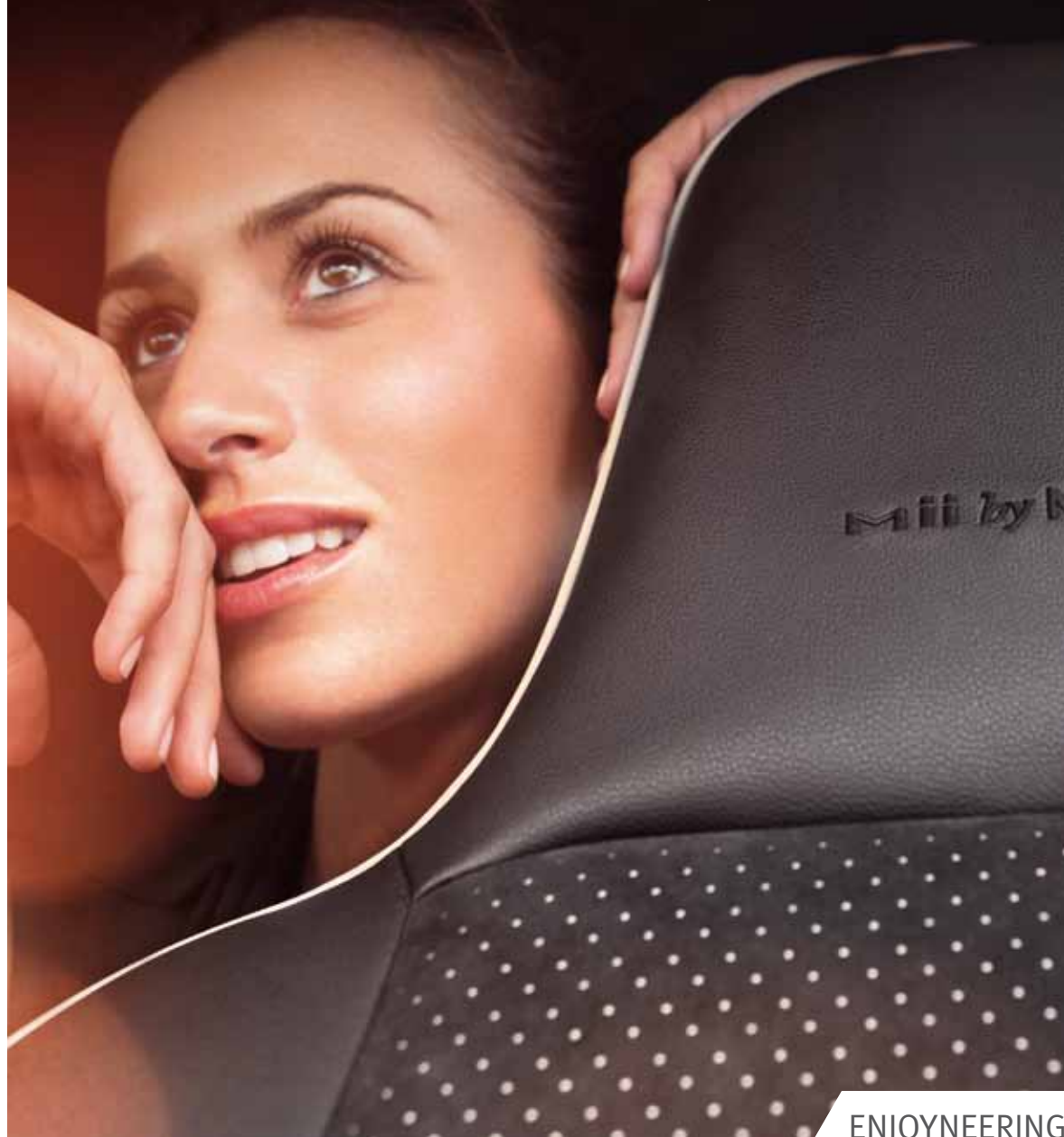
Thus, the 080 Barcelona Fashion offers plenty for the network and complete audiovisual performances to contextualize and understand the many developments in this universe. A group of professionals and students of the Master in Fashion Communication, Faculty of Communication Blanquerna (Ramon Llull University) 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.



SEAT

NUEVO SEAT Mii BY MANGO

Porque el diseño cuenta



ENJOYNEERING

UN BUEN DISEÑO CUENTA. Y MUCHO.

Cuenta mucho de ti. Cuenta mucho de tu personalidad y de tu estilo de vida urbano. Por eso hemos diseñado el Nuevo SEAT Mii by Mango. Con un diseño femenino como tú. Con la inmejorable calidad y la eficiencia que tú quieres. Y una conducción cómoda y segura por ciudad, como tú necesitas. **PORQUE LO QUE REALMENTE CUENTA, ERES TÚ.**

Dona - Infantil
Mujer – Infantil
Woman – Kids
ADANEGRA

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Nieves Rodriguez Berrecoso
Maria Cadilla Castro

Tel: +0034 660 065 848
www.adanegra.com
almartesana@hotmail.es

Bosses – Altres
Bolsos – Otros
Bags – Others
Alèxia Grustan

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Alèxia Grustan Vidal

Tel: +0034 625 142 505
www.alexiagrustan.com
alexiaigrustan@gmail.com

Dona - Home – Infantil
Mujer – Hombre – Infantil
Woman – Man – Kids
Algodón Peinado

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Juan Carlos García
Laura Triviño

Tel.: +0034 647 697 729
www.algodonpeinado.com
laura@algodonpeinado.com

Sabates – Complements
Zapatos – Complementos
Shoes – Accessories
B. Richie

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Beatriz Imaz

Tel.: +0034 615 676 446
+0034 625 267 503
www.brichie.com
brichie@brichie.com

Dona - Hombre - Calçat – Bosses
Mujer - Hombre – Calzado – Bolsos
Woman - Man – Shoes – Bags
Bcn Brand

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Pablo Caralps

Tel: +0034 93 201 90 22
www.bcnbrand.com
pablo@bcnbrand.com

Complements
Complementos
Accessories
Brott Barcelona

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Marc Velasco i Marta Huguet

Tel.: +0034 691 680 615
www.brotttdog.com
guau@brotttdog.com

Complements
Complementos
Accessories
CACHE.TOI Barcelona

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Daniela Calamita Dubois

Tel.: +0034 679 496 508
www.cachetoi-bcn.com
info@cachetoi-bcn.com

Dona / Mujer / Woman
CRAZY DREAMS
BY CARLA & ANNA

Dissenyador / Diseñador / Designer
Carla Ramells
Anna Cortés

Tel: +0034 687 896 339
+0034 609 067 697
www.crazydreams.es
carla@crazydreams.es
anna@crazydreams.es

Complements
Complementos
Accessories
Daba Disseny Barcelona

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Pau Batlle Solé

Tel.: +0034 652 202 682
+0034 977 168 087
www.dabadisseny.com
pau@dabadisseny.com

Joieria / Joyería / Jewelry
ELISENDA SANTACREU Joies

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Elisenda Santacreu

Tel.: +0034 973 278 129
www.elisendasantacreu.com
info@elisendasantacreu.com

Joieria / Joyería / Jewelry
Estrella Aguilar

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Estrella Aguilar

Tel.: +0034 696 82 12 19
www.estrellaaguilar.com
esarte.estrella@hotmail.com

Joieria / Joyería / Jewelry
Experimenta Jewels

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Gemma Mercader Valls

Tel.: +0034 646 193 655
www.experimentajewels.com
info@experimentajewels.com

A R E A

STORES

Joieria / Joyería / Jewelry **Formentera lady & Co**

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Claudia D'Anca.

Tel.: +0034 696 313 879
www.formenteraladyandco.com
claudiadanca@yahoo.es

Joieria / Joyería / Jewelry **Gemma López Barcelona**

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Gemma López

Tel.: +0034 93 318 21 35
www.gemmalopez.com
joan@gemmalopez.com

Dona – Altres Mujer – Otros Woman – Others **Heidi Soto Designer**

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Heidi Soto

Tel.: +0034 600 38 79 13
www.heidisotodesigner.com
info@heidisotodesigner.com

Dona – Altres Mujer – Otros Woman – Others **ICONIC BARCELONA**

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Núria Posa

Tel.: +0034 93 119 11 00
www.iconicbarcelona.com
info@iconicbarcelona.com

Dona – Altres Mujer – Otros Woman – Others **Ifeelnut**

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Maite Grande

Tel.: +0034 664 156 668
+0034 946 402 689
www.ifeelnut.com
maite@ifeelnut.com
mkt@ifeelnut.com

Calçat / Calzado / Shoes **LAJUANA**

Dissenyador / Diseñador / Designer:
LAJUANA

Tel.: +0034 96 441 91 40
www.lajuanashop.com
hola@lajuanashop.com

Dona – Altres Mujer – Otros Woman – Others **Las Amigas del Coco**

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Noemí Balaguer

Tel.: +0034 645 884 397
www.lasamigasdelcoco.com
somos@lasamigasdelcoco.com

Joieria / Joyería / Jewelry **Lueli**

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Lueli

Tel.: +0034 649 17 17 00
www.lueli.es
info@lueli.es

Complements Complementos Accessories **Maku-Maku hats**

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Carles Martí

Tel.: +0034 972 680 239
www.maku-maku.com
makumakuhats@hotmail.com

Dona / Mujer / Woman **MARIAROCH**

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Maria Roch

Tel.: +0034 600 731 561
www.mariaroch.com
maria@mariaroch.com

Dona / Mujer / Woman **MILLES**

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Hermanas Carla y Fanny Milles

Tel.: +0034 664 884 154
+0034 664 817 273
www.milles.es
carla@milles.es

Bosses / Bolsos / Bags **Minku**

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Kunmi Otitoju

Tel.: +0034 692 259 535
www.minkudesign.com
minku@minkudesign.com

OPEN AREA

POP-UP STORES

Complements / Bosses
Complementos / Bolsos
Accessories / Bags

Musa bajo el árbol

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Silvina Musa

Tel.: +0034 936 026 911
www.musabajoelarbol.com
info@musabajoelarbol.com

Joieria / Joyería / Jewelry
Núria Alvarez de Lara

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Joan Bertrolí Mota

Tel.: +0034 972 861 307
www.nuriaalvarezdelara.com
delara@sumimail.com

Dona – Altres
Mujer – Otros
Woman – Others
ROCIO GLEZ

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Rocio González Fernández

Tel.: +0034 667 029 843
+0034 927 544 495
www.rocioglez.com
info@rocioglez.com

Joieria / Joyería / Jewelry
Tass Joies

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Glòria Miralles Riera

Tel.: +0034 93 432 30 70
www.tassjoies.com
tass@tassjoies.com
tassjoies@gmail.com

Joieria / Joyería / Jewelry
Tito Pons

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Tito Pons

Tel.: +0034 679 198 016
+0034 646 963 337
titopons4@hotmail.com

Dona – Complements
Mujer – Complementos
Woman – Accessories
Vales1Valer - ByV1V(R)

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Ana Isabel Moreno Ramos

Tel.: +0034 662 537 277
www.vales1valer.com
info@vales1valer.com

Dona - Home - Complements
Mujer - Hombre - Complementos
Woman - Man - Accessories
Vicky Bargalló Pijamas

Dissenyador / Diseñador / Designer:
María Pugés / Vicky Bargalló

Tel.: +0034 644 313 811
www.vickybargallo.com
info@vickybargallo.com

Dona – Complements
Mujer – Complementos
Woman – Accessories
VIRGINIE VERRIER

Dissenyador / Diseñador / Designer:
VIRGINIE VERRIER

Tel.: +0034 93 566 51 57
www.virginieverrier.com
vir.verrier@gmail.com

Joieria / Joyería / Jewelry
VSB Barcelona

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Juan Cañete y Gabriel Silvestri

Tel.: +0034 605 296 028
www.vsbbarcelona.com
info@vsbarcelona.com

Dona – Home
Mujer – Hombre
Woman – Man
Wild Clothing Company

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Edgar de la Rosa

Tel.: +0034 637 879 144
www.wildcompanyclothing.com
wildcompanyclothing@gmail.com

Complements
Complementos
Accessories
WOODYS BARCELONA

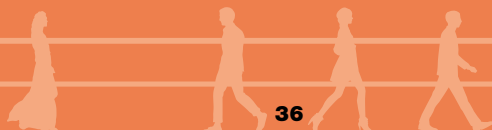
Dissenyador / Diseñador / Designer:
Josep Dosta

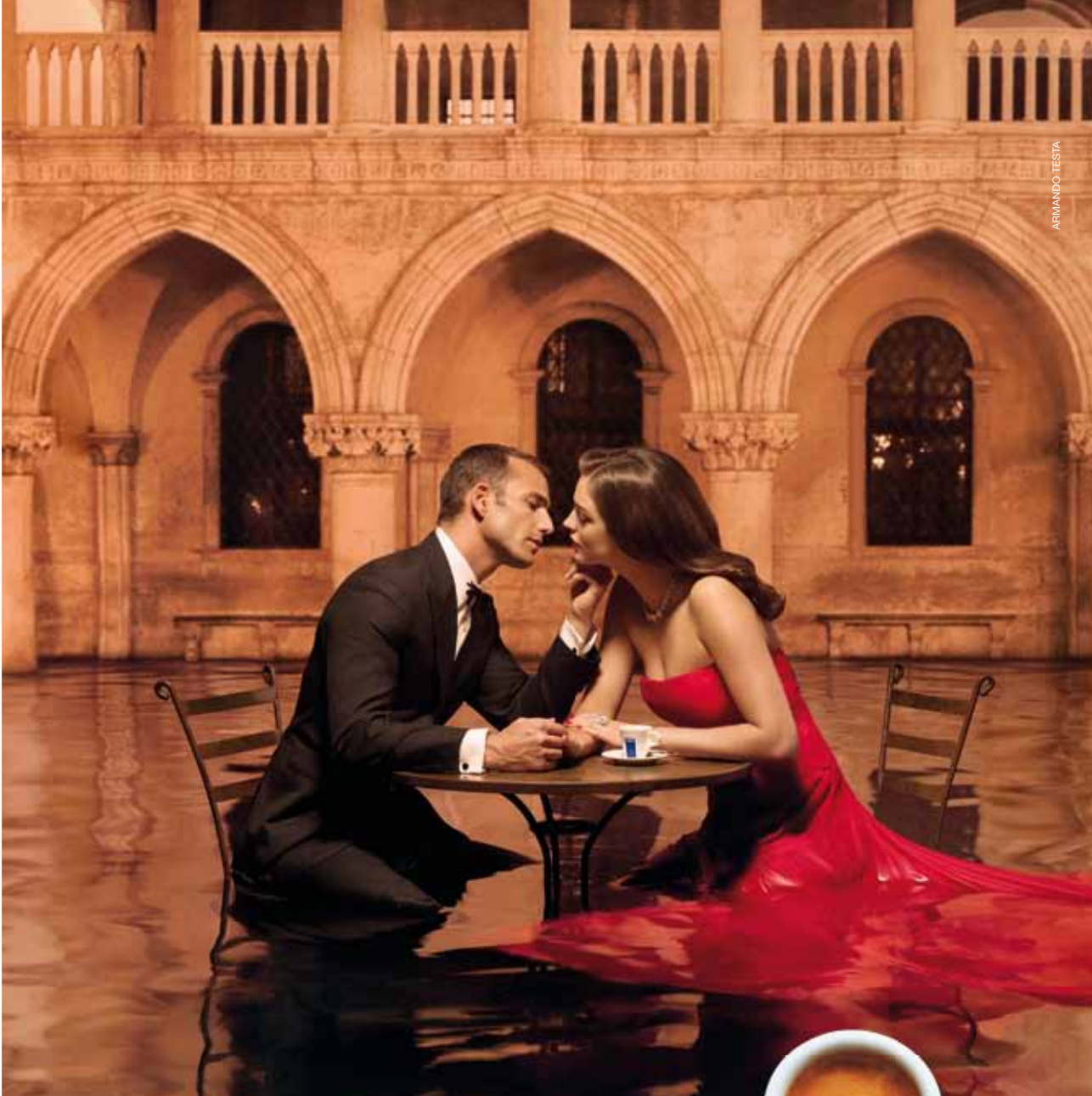
Tel.: +0034 93 886 91 10
www.woodysbarcelona.com
info@woodysbarcelona.com

Dona – Home
Mujer – Hombre
Woman – Man
[eliurpi]

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Elisabet Urpi Ràfols

Tel.: +0034 93 186 77 77
www.eliurpi.com
info@eliurpi.co





LAVAZZA

THE REAL
ITALIAN ESPRESSO
EXPERIENCE

080
BARCELONA
FASHION

OFFICIAL PARTNER
January 27th to 31st 2014
El Born Centre Cultural, Barcelona.

www.lavazza.com

EXPOSICIONS

EXHI

080 DESIGN CONTEST

Per quarta vegada 080 Barcelona Fashion conjuntament amb les escoles de disseny de moda de Catalunya, organitza el 080 Design Contest que nodreix el 080 Barcelona Fashion dels seus propis productes de marxandatge.

En aquesta quarta edició, se selecciona una samarreta de màniga curta que es posarà a la venda a partir de la propera edició del 080 Barcelona Fashion, el mes de juliol de 2014.

En aquesta edició hi participaran alumnes i ex-alumnes de les següents escoles de moda a Catalunya:

- IDEP Barcelona Escola Superior d'Imatge i Disseny
- Escola Superior de Disseny i Moda Felicidad Duce de Barcelona
- ESDI Escola Superior de Disseny
- Institut Català de la Moda
- LLOTJA Escola Superior de Disseny i Art
- IED Barcelona Escola Superior de Disseny
- Escola de la Dona
- ELISAVA Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona
- Escola d'Art i Disseny Illa

Por cuarta vez 080 Barcelona Fashion conjuntamente con las escuelas de diseño de moda de Cataluña, organiza el 080 Design Contest, que alimenta la 080 Barcelona Fashion de sus propios productos de merchandising.

En esta cuarta edición, se selecciona una camiseta de manga corta que se pondrá en venta a partir de la próxima edición de la 080 Barcelona Fashion, el mes de Julio de 2014.

En esta edición participan alumnos y exalumnos de las siguientes escuelas de moda de Cataluña:

- IDEP Barcelona Escola Superior d'Imatge i Disseny
- Escola Superior de Disseny Felicidad Duce
- ESDI Escola Superior de Disseny
- Institut Català de la Moda
- LLOTJA Escola Superior de Disseny i Art
- IED Barcelona Escola Superior de Disseny
- Escola de la Dona
- ELISAVA Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona
- Escola d'Art i Disseny Illa

080 Barcelona Fashion organizes the fourth edition of the 080 Design Contest, a contest in collaboration with a number of Catalan fashion design schools. This competition provides 080 Barcelona Fashion's own merchandising products.

In this fourth edition, the article to be designed is a short-sleeved t-shirt. The winning design will be on sale as from the next edition of 080 Barcelona Fashion that will take place in July 2014.

The participants are students and alumni from the following Catalan schools:

- IDEP Barcelona Escola Superior d'Imatge i Disseny
- Escola Superior de Disseny Felicidad Duce
- ESDI Escola Superior de Disseny
- Institut Català de la Moda
- LLOTJA Escola Superior de Disseny i Art
- IED Barcelona Escola Superior de Disseny
- Escola de la Dona
- ELISAVA Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona
- Escola d'Art i Disseny Illa

EXPOSICIONS BITIONS

S Moda PHOTO EXHIBITION

Durant l'edició de juliol de 2013 del 080 Barcelona Fashion es va organitzar el Photo Shoot Contest. Un concurs en el qual set equips formats per un estilista i un fotògraf, alumnes d'estilisme de les escoles de disseny de moda de Catalunya i d'escoles de fotografia de Barcelona, competien per realitzar la millor editorial.

Ara exposem els resultats de cadascuna d'aquestes sessions en les quals van participar alumnes de les següents escoles:

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

Durante la edición de Julio del 2013 de 080 Barcelona Fashion se organizó el Photo Shoot Contest. En este concurso siete equipos formados por un estilista y un fotógrafo, alumnos de de estilismo de las escuelas de diseño de moda de Catalunya y las escuelas de fotografía de Barcelona, compitieron para realizar la mejor editorial.

Ahora exponemos los resultados de estas sesiones en las que participaron alumnos de las siguientes escuelas:

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

The 080 Photo Shoot Contest was organized during the July 2013 edition of 080 Barcelona Fashion. In this contest seven teams formed by a stylist and a photographer studying at one of Catalan-based schools mentioned below, competed to produce the best fashion editorial.

In the upcoming edition the results of these photo shoots will be exhibited. All teams were formed by students from the following schools:

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

EXPOSICIONS

EXHI

TIME

27 - 31 / 01 / 2014

Lloc / Lugar / Place: Open Area

Timeless és la proposta de la Generalitat de Catalunya, a través del Consorci de Comerç, Artesania i Moda, per mostrar la personalitat i qualitat que l'artesanía ofereix al sector de la moda. Una oferta amb un nivell excel·lent tant de matèries primeres, ofici, sensibilitat i singularitat com pel seu caràcter atemporal, que li dóna un valor afegit de gran dimensió i infinites possibilitats.

Amb aquesta acció, mitjançant els tallers artesans de Natalie Capell, Nina Pawlowsky i Meles Must, exposem i reivindicuem la permanència en el temps de l'excel·lència de l'artesanía vinculada a la indumentària, que tan bé han sabut aprofitar les grans cases d'alta costura, i que conviu, inspira i complementa les diferents tendències més efímeres, de temporada.

Timeless es la propuesta de la Generalitat de Catalunya, a través del Consorcio de Comercio, Artesanía y Moda de Catalunya para mostrar la personalidad y calidad que la artesanía ofrece al sector de la moda. Una oferta con un nivel excelente tanto de materias primas, oficio, sensibilidad y singularidad, como por su carácter atemporal, que le da un valor añadido de gran dimensión e infinitas posibilidades.

Con esta acción, a través de los talleres artesanos de Natalie Capell, Nina Pawlowsky y Meles Must, exponemos y reivindicamos la permanencia en el tiempo de la excelencia de la artesanía vinculada a la indumentaria, que tan bien han sabido aprovechar las grandes casas de la alta costura, y que convive, inspira y complementa las diferentes tendencias más efímeras, de temporada.

Timeless, is the proposal of the Government of Catalonia, through the Consortium of Trade, Crafts and Fashion to showcase the personality and quality that craftsmanship contributes to the fashion industry. An offering of not only an excellent standard because of the raw materials, craftsmanship, sensitivity and uniqueness but also because of its timeless character, which gives it immeasurable added value and endless possibilities.

With this event, through the craftsmanship workshops held by Natalie Capell, Nina Pawlowsky and Meles Must, we expose and defend the time spent on the excellence of craftsmanship relative to attire, well exploited by the great haute couture houses, which lives side by side with, inspires and complements the various ephemeral seasonal trends.



EXPOSICIONES BITIONS

LESS

Natalie Capell

Crea en el seu atelier peces d'alta costura que viuen fora del temps, col·leccions atemporals que no passen de moda, mai perden la seva rellevància i porten els valors del coneixement que s'han adquirit a través dels anys.

Crea en su atelier prendas de alta costura que viven fuera del tiempo, colecciones atemporales que no pasan de moda, nunca pierden su relevancia y llevan los valores del conocimiento que se han adquirido a través de los años.

In her atelier she creates couture pieces that live outside of time, timeless collections that never go out of style, never lose their relevance and demonstrate the value of knowledge acquired over years.

www.nataliecapell.com

atelier@nataliecapell.com

Nina Pawlowsky

La seva formació com a escenògrafa i figurinista dona una visió teatral als barrets i capells que crea. Amb ells recupera una tradició que ofereix noves solucions a la personalitat en el vestir: un barret emmarca el rostre de la persona i subratlla el seu estil.

Su formación como escenógrafa y figurinista da una visión teatral los sombreros y tocados que crea. Con ellos recupera una tradición que ofrece nuevas soluciones a la personalidad en el vestir: un sombrero enmarca el rostro de la persona y subraya su estilo.

Her training as a stage designer and costume designer shows in the theatrical concept of the hats he designs. He recovers a tradition to offer new solutions to offer personality in dress: a hat frames a person's face and underlines his/her style.

femmechapeaux@hotmail.com

Meles Must

Especialitzada en el disseny de blondes i brodats Meles Must és una de les poques dissenyadores que col·labora a nivell internacional amb les marques més prestigioses del món. Les seves creacions són un bon exemple de la fusió de les arts tradicionals i de l'artesanía amb el món de la moda, col·laborant amb dissenyadors de prestigi internacional: Valentino, Dolce Gabbana, La Perla, Elie Saab...

Especializada en el diseño de blondas y bordados Meles Must es una de las pocas diseñadoras que colabora a nivel internacional con las marcas más prestigiosas del mundo. Sus creaciones son un buen ejemplo de la fusión de las artes tradicionales y de la artesanía con el mundo de la moda, colaborando con diseñadores de prestigio internacional: Valentino, Dolce Gabbana, La Perla, Elie Saab...

Meles Must is specialized in lace and embroidery. She is one of the few designers that collaborates on international level with the world's most prestigious brands. Her creations are a good example of the fusion between traditional arts and crafts on the one hand, and fashion on the other. She has worked with brands such as: Valentino, Dolce Gabbana, La Perla, Elie Saab...

www.melesmust.com

meles@melesmust.com

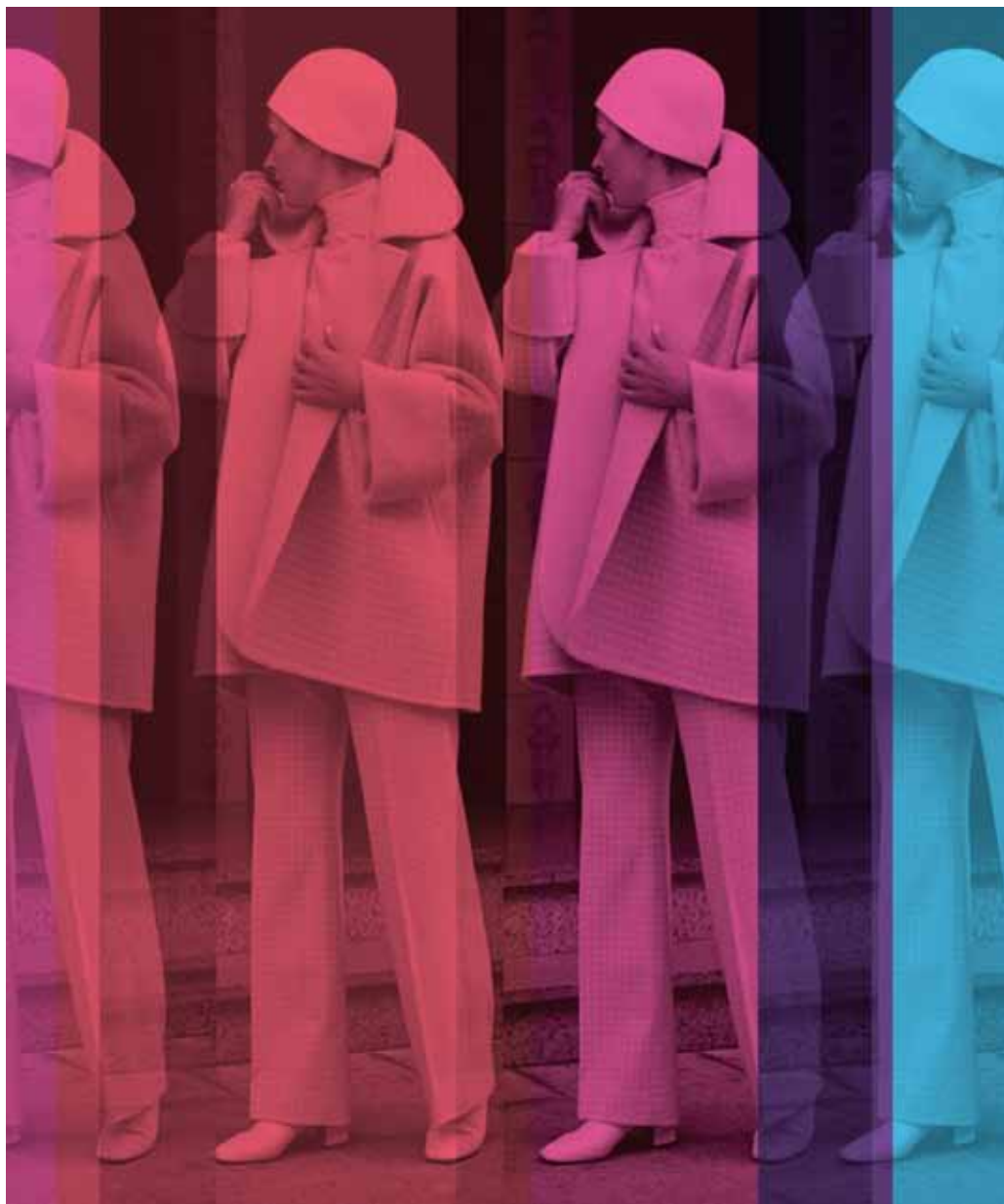
EXPOSICIONS

EXHI

BARCELONA PRÊT - À -

Fins 30 / 03 / 2014

Lloc: Palau Robert



EXPOSICIONES B I T I O N S

PORTER 1958-2008

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Josep Casamartina i Parassols
Comissari de l'exposició

EXPOSICIONS

EXHI

BARCELONA PRÊT - À -

Hasta 30/ 03 / 2014

Lugar: Palau Robert

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Josep Casamartina i Parassols
Comisario de la exposición

EXPOSICIONES BITIONS

PORTER 1958-2008

Until 30/ 03 / 2014

Place: Palau Robert

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Josep Casamartina i Parassols
Exhibition curator

ALBÉNIZ

30 · 01 · 2014 - 12.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



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

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

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

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

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

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

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

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

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



CAVALIERE

"Cavaliere" és una col·lecció masculina per a l'hivern del 2015. El concepte general de la col·lecció és el clàssic gentleman, un home amb classe i elegància, a qui, a l'hivern, li agrada abrigar-se amb pells, pèls, llanes, mohair, caixmir, etc., que el fan sentir tot un cavaller que, a la vegada, té el seu cor rocker i atrevit. Així, el seu look final acabarà sent més innovador, atractiu i arriscat del que és habitual.

La selecció de teixits és bastant ampla, començant per les llanes verges, els caixmirs i els mohairs, passant per tuls brodats, pedreria i guipurs, i completant tot això amb pelleteria.

La línia seguirà sent, com és de costum a la firma, una línia neta, vertical i estilitzada, tant pel tipus de patró clàssic/net, com per la combinació de teixits, volums i textures dins dels mateixos looks. La imatge final serà la d'un cavaliere rocker i elegant, preparat pel fred d'hivern. Desitjo que us agradi.

Maite Albéniz Zúñiga

CAVALIERE

"Cavaliere" es una colección masculina para el Invierno 2015. El concepto general de la colección, es el clásico gentleman, un hombre con clase y elegancia, al que, en invierno, le gusta abrigarse con pieles, pelos, lanas, mohair, cachemir, etc... que le hacen sentir todo un caballero que, a su vez, tiene un corazón roquero y atrevido, por lo que su look final acabará siendo más novedoso, atractivo y arriesgado, de lo habitual.

La selección de tejidos es bastante amplia, empezando por lanas vírgenes, cachemires, mohairs, pasando por tules bordados, pedrería, guipures, y completando todo esto con peletería.

La línea seguirá siendo, como de costumbre en la firma, una línea limpia, vertical y estilizada, tanto por el tipo de patrón clásico/limpio, como por la combinación de tejidos, volúmenes y texturas dentro de los mismos looks. La imagen final, será la de un cavaliere roquero y elegante, preparado para el frío invierno. Deseo que os guste....

Maite Albéniz Zúñiga

CAVALIERE

"Cavaliere" is a menswear collection for Winter 2015. The general concept of the collection is the classic gentleman, a man with class and elegance, who in winter, likes to shield himself from the cold with fur, hair, wool, mohair, cashmere, etc ... that make him feel all of a gentleman but who in turn, has the daring heart of a rocker, so that the resulting look will end up being more innovative, attractive and risky than usual.

The fabric selection is quite extensive, starting with virgin wools, cashmeres, mohairs ... through to embroidered tules, rhinestones, guipure...and completed with fur.

The line will continue, as is to be expected from the firm, to be clean, vertical and tapering as much because of the type of classic / clean pattern as for the combination of fabrics, textures and volumes within the same looks. The final image is that of an elegant carefree gentleman, prepared for the cold winter. I hope you like it....

Maite Zúñiga Albéniz

B R A I N & B E A S T

28 · 01 · 2014 - 16.00h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



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

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

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

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

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

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

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

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

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

+ Flagship Store +
C/ Canvis Nous, 10
08003 Barcelona
T. 93 513 29 52



BRAIN & BEAST
BARCELONA

Décalogue. Part VII < ROMANTIK >.
Winter 2014 – 2015

L'amor idealitzat és considerat un sentiment diferent i superior a les pures necessitats humanes i, generalment, implica una barreja de desig emocional i sexual, que li atorga, no obstant això, més èmfasi a les emocions que al plaer físic. Es tracta d'un tipus d'afecte que es pressuposa que ha de ser etern, exclusiu i incondicional, i que comporta un elevat grau de renúncia.

< ROMANTIK > és un exercici de memòria sensorial que evoca amors passats, presents i futurs, possibles i impossibles; una col·lecció de records sense lloc per a la nostàlgia, sinó a la intenció de mantenir present el plaer que produeix una olor, una textura o, simplement, el fet de tenir-te a prop.

Décalogue. Part VII < ROMANTIK >.
Winter 2014 – 2015

El amor idealizado es considerado como un sentimiento diferente y superior a las puras necesidades humanas, y generalmente implica una mezcla de deseo emocional y sexual, otorgándole, sin embargo, más énfasis a las emociones que al placer físico. Se trata de un tipo de afecto que, se presume, ha de ser eterno, exclusivo, incondicional y conlleva un elevado grado de renuncia.

< ROMANTIK > es un ejercicio de memoria sensorial que evoca amores pasados, presentes y futuros, posibles e imposibles; una colección de recuerdos sin lugar a la nostalgia, sino a la intención de mantener presente el placer que produce un olor, una textura o simplemente, tenerte cerca.

Décalogue. Part VII < ROMANTIK >.
Winter 2014 – 2015

Idealized love is regarded as an emotion which is different ; above basic human needs, and usually involving a combination of emotional and sexual desire but with more importance given to emotional than to physical pleasure. It is a type of affection which is presumed to be eternal and unconditional and to require much self sacrifice.

< ROMANTIK > is an exercise in sensory memory that evokes past present and future, possible and impossible loves, a collection of memories, not for the indulgence of nostalgia, but in the pursuit of rekindling the pleasure evoked by a smell or a texture or simply, by your presence.

CELIA VELA

29 · 01 · 2014 -16.00h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



Desfilades a la Passarel·la Gaudí els anys 1996, 1997 i 1998. Des del 1999, desfilades individuals a diferents punts de Barcelona. Des del 1998 té botiga pròpia a Figueres. Durant el 2003 amplia la botiga de Figueres amb un nou espai dedicat a les núvies. Participa a les fires Spain Fashion de Tòquio i d'Osaka, el 1998 i el 1999. A partir del gener de l'any 2000, participa a les edicions de la fira International Fashion Fair de Tòquio. El febrer del 2000 s'inaugura www.celiavela.com. Des del 2001 fins al 2006, participa a l'Espai Cibeles-SIMM. El 2003 i el 2004 presenta les seves col·leccions al saló Atmosphère de París. El 2005 arriba a un acord amb la firma de luxe Agua de Sevilla per al disseny i producció, en exclusiva, d'una línia per a la dona, que porta per nom "Celia Vela para Agua de Sevilla". Durant el mes d'octubre del 2005 realitza una exposició titulada "Celia Vela - 10 anys, 10 mirades de moda", al Museu de l'Empordà, a Figueres, amb motiu del 10è aniversari de la firma. El 2007 participa al Bread & Butter Barcelona. Des del 2009, té showroom permanent a Tòquio. Des del 2010 participa a la passarel·la 080 de Barcelona. Participa en conferències sobre disseny i moda habitualment des del 1998.

Desfiles en la Pasarela Gaudí los años 1996, 1997 y 1998. Desde el año 1999, desfiles individuales en diferentes puntos de Barcelona. Desde el año 1998 tiene tienda propia en Figueras. Durante el año 2003 amplía la tienda de Figueras con un nuevo espacio dedicado a las novias. Participa en las ferias Spain Fashion de Tokio y de Osaka, el 1998 y el 1999. A partir de enero del año 2000, participa en las ediciones de la feria Internacional Fashion Fair de Tokio. En febrero del 2000 se inaugura www.celiavela.com. Desde el 2001 hasta el 2006, participa en el Espacio Cibeles-SIMM. El 2003 y el 2004 presenta sus colecciones en el salón Atmosphère de París. En el 2005 llega un acuerdo con la firma de lujo Agua de Sevilla para el diseño y producción, en exclusiva, de una línea para la mujer, que lleva el nombre "Celia Vela para Agua de Sevilla". Durante el mes de octubre del 2005 realiza una exposición titulada "Celia Vela - 10 años, 10 miradas de moda", en el Museo de l'Empordà, en Figueras, con motivo del 10º aniversario de la firma. En el 2007 participa en el Bread & Butter Barcelona. Desde el 2009, tiene showroom permanente en Tokio. Desde el 2010 participa en la pasarela 080 de Barcelona. Participa habitualmente en conferencias sobre diseño y moda desde el 1998.

Parades at Pasarela Gaudí 1996, 1997 and 1998. Since 1999, individual parades in different locations in Barcelona. Since 1998 has own store in Figueres. In 2003, the store in Figueres expands with a new space dedicated to brides. Participates in Spain Fashion fairs Tokyo and Osaka in 1998 and 1999. From January 2000 participates in the Tokyo editions of the International Fashion Fair. www.celiavela.com inaugurated in February 2000. From 2001 to 2006 participates in the SIMM Cibeles space. In 2003 and 2004 presents collections in the Atmosphère Paris show. In 2005 comes to an agreement with the luxury brand "Agua de Sevilla" for design and production, exclusively for women, a line labeled "Celia Vela for Agua de Sevilla". In October 2005 an exhibition titled "Celia Vela, 10 years, 10 fashionable looks" at the Empordà Museum in Figueres to mark the 10th anniversary of the firm. In 2007 participates in Bread & Butter Barcelona. Since 2009, has a permanent showroom in Tokyo. Since 2010 participates in 080 Barcelona. Regularly lectures on design and fashion since 1998.

Dissenyador / Diseñador / Designer: Celia Vela
Marca comercial / Commercial brand: Celia Vela
Adreça / Dirección / Address: c/ Banyuls, 2, baixos. 17600 Figueres, Girona
T. +34 972 674 617

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

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



Tardor- hivern 2014/15

Roba per a la tardor-hivern del 2014/15. Si vols conèixer la història que l'ha inspirada, vine a la nostra desfilada.

Otoño-invierno 2014/15

Ropa inspirada en el otoño-invierno del 2014/15. Si quieres conocer la historia que la ha inspirado, ven a nuestro desfile.

Autumn-winter 2014/15

Clothes for fall-winter 2014/15. If you want to know the story that has inspired the collection, come to our parade.

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

29 · 01 · 2014 - 20.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Marca comercial / Commercial brand: Custo Barcelona
Adreça / Dirección / Address: Lo Gaiter del Llobregat, 145-147, Pol. Ind. Estruc
08820 El Prat de Llobregat, Barcelona
T. + 34 933 788 410

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



custo
BARCELONA

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



Primera mirada a la col·lecció
Tardor Hivern 1415

Primera mirada a la colección
Otoño Invierno 1415

First look at the Fall Winter
1415 collection

GEORGINA VENDRELL

30 · 01 · 2014 - 10.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

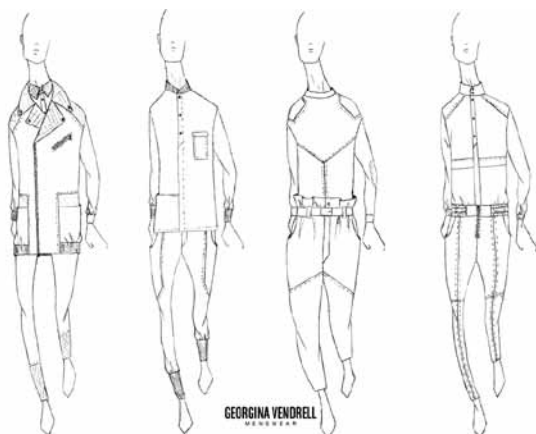
DESIGNER



Georgina Vendrell va néixer a Barcelona el 1983. Va estudiar a l'Institut Català de la Moda i va realitzar pràctiques amb Josep Font Haute Couture. Va debutar a ModaFAD el 2007, on va presentar la seva primera col·lecció d'home, que va guanyar el premi a la millor col·lecció. Aquest fet li va permetre ser present a la següent edició i crear la seva pròpia marca, Georgina Vendrell Menswear. La dissenyadora ha tingut el privilegi de participar a l'Ego Cibeles Madrid Fashion Week, al 080 Barcelona Fashion, a la Islàndia Fashion Week i a la València Fashion Week, on també va guanyar el premi al millor dissenyador.

Georgina Vendrell nació en Barcelona el año 1983. Estudió en el Instituto Catalán de la Moda y realizó prácticas con Josep Font Haute Couture. Debutó en ModaFAD en el 2007, donde presentó su primera colección para hombre, con la que ganó el premio a la mejor colección. Este hecho le permitió estar presente en la siguiente edición y crear su propia marca, Georgina Vendrell Menswear. La diseñadora ha tenido el privilegio de participar en el Ego Cibeles Madrid Fashion Week, en el 080 Barcelona Fashion, en la Islandia Fashion Week y en la Valencia Fashion Week, donde ganó el premio al mejor diseñador.

Georgina Vendrell was born in Barcelona in 1983. She studied at the Catalan Institute of Fashion and did her internship at Josep Font Haute Couture. She debuted at Modafad in 2007 and presented her first men's collection, which won the prize for best collection. This allowed her to be present at the next edition and create her own brand, Georgina Vendrell Menswear. The designer has had the privilege of participating in the Ego Cibeles Madrid Fashion Week, 080 Barcelona Fashion, Iceland Fashion Week and Valencia Fashion Week, where she also won the award for best designer.



DUALISM

La col·lecció DUALISM es basa principalment en els contrastos, en allò dual, en la unió de conceptes oposats, i té com a resultat harmonia i equilibri.

La barreja de materials, el contrast de textures i els acabats. Teixits suaus i aspres, mats i setinats, elàstics i orgànics.

Hi són presents les llanes premsades, la pell sintètica, el neoprè i el punt circular. Pel que fa al concepte cromàtic, hi predominen els negres, els grisos i els blaus. Combinacions color-block, que ajuden a realçar els contrastos i que potencien les línies minimalistes.

Línies arquitectòniques, siluetes netes i acabats impecables. Bombers, trinxeres, maxicamises i pantalons desestructurats.

L'avantguarda com a punt de partida per vestir un home inèdit, urbà i contemporani.

DUALISM

La colección DUALISM se basa principalmente en los contrastes, en lo dual, en la unión de conceptos opuestos dando como resultado armonía y equilibrio.

La mezcla de materiales, el contraste de las texturas y los acabados. Tejidos suaves y ásperos, mates y satinados, elásticos y orgánicos.

Tienen presencia las lanas prensadas, la polipiel, el neopreno y el punto circular. En cuanto al concepto cromático, predominan los negros, grises y azules. Combinaciones color-block que ayudan a realzar los contrastes y potencian las líneas minimalistas.

Líneas arquitectónicas, siluetas limpias y acabados impecables. Bombers, trenchs, maxi camisas, y pantalones desestructurados.

La vanguardia como punto de partida para vestir a un hombre inédito, urbano y contemporáneo.

DUALISM

The DUALISM collection is mainly based on contrasts, on the dual, on the union of opposites resulting in harmony and balance.

The mixture of materials, the contrast of textures and finishes. Rough and smooth, matte and glossy, elastic and organic fabrics.

Pressed wools, imitation leather, neoprene and circular knit. As for the chromatic concept, blacks, grays and blues predominate. Color-block combinations help to enhance the contrast and the minimalist lines.

Architectural lines, clean silhouettes and impeccable finishes. Bombers, trench coats, maxi shirts, and unstructured pants.

The vanguard as starting point to dress an unprecedented, urban, contemporary man.

I S A B E L T O L E D O

31 · 01 · 2014 - 13.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER

Isabel i Rubén Toledo

Considerada una de las 100 personas más influyentes del mundo de la moda, Isabel Toledo es una dissenyadora de moda clàssica radical amb influències geomètriques, simplicitat i alt nivell de couture en les seves confeccions.

Nascuda a Cuba al 1960, es va mudar molt jove a New Jersey on va conèixer al seu marit i company de treball, el també cubà Rubén Toledo. Artista multidisciplinari, Rubén es pintor, escultor, il·lustrador, cronista i crític de moda. Treballa des de l'escultura al dibuix, del disseny de maniquins al d'escaparats, i ha creat ingenioses i incisives il·lustracions per mitjans com The New Yorker, Vogue o The New York Times.

Després d'estudiar al Fashion Institute of Technology i a la Parsons School of Design, Isabel es va formar amb la mítica Diana Vreeland al Metropolitan Museum of Art de Nova York.

Des de 1984, Isabel, una "figura de culte" segons el New York Times, va dissenyar i exhibir al seu estudi de Manhattan dues col·leccions a l'any, però al 1998 decideix no seguir els dictats de les setmanes de la moda i crear les seves col·leccions amb un tempo propi. També va ser directora creativa per Designer Collection d'Anne Klein.

El nom d'Isabel Toledo va passar de se un secret ben guardat entre la moda a ser conegut internacionalment quan Michelle Obama va escollir un dels seus dissenys per la presa de possessió de Barack Obama com a president: un conjunt de vestit i abric d'encaix groc, que va donar la volta al món.

Isabel y Rubén Toledo

Considerada una de las 100 personas más influyentes del mundo de la moda, Isabel Toledo es una diseñadora de moda clásica radical con influencias geométricas, simplicidad y alto nivel de couture en sus confecciones.

Nacida en Cuba en 1960, se mudó muy joven a New Jersey donde conoció a su marido y compañero de trabajo, el también cubano Rubén Toledo. Artista multidisciplinar, Rubén es pintor, escultor, ilustrador, cronista y crítico de moda. Trabaja desde la escultura al dibujo, del diseño de maniquis al de escaparates, y ha creado ingeniosas e incisivas ilustraciones para medios como The New Yorker, Vogue o The New York Times.

Tras sus estudios en el Fashion Institute of Technology y en la Parsons School of Design, Isabel se formó con la mítica Diana Vreeland en el Metropolitan Museum of Art de New York.

Desde 1984, Isabel, una "figura de culto" según el New York Times, diseñó y exhibió en su estudio de Manhattan dos colecciones al año, pero en 1998 decide no seguir los dictados de las semanas de la moda y crear sus colecciones con un tempo propio. También fue directora creativa para la Designer Collection de Anne Klein.

El nombre de Isabel Toledo pasó de ser un secreto bien guardado entre la moda a ser conocida internacionalmente cuando Michelle Obama eligió uno de sus diseños para la toma de posesión de Barack Obama como presidente: un conjunto de vestido y abrigo en encaje amarillo, que dio la vuelta al mundo.

Isabel y Rubén Toledo

Considered as one of the 100 influential persons on the world of fashion, Isabel Toledo is a classic radical fashion designer, with geometric influences, simplicity and a high level of couture on her confections.

Born in Cuba on 1960, she moved very young to New Jersey where she met his husband and fellow worker, the Cuban Rubén Toledo. Multidisciplinary artist, Rubén is painter, sculptor, illustrator, writer and fashion critic. He works from sculpture to drawing, design of mannequins to displays, and he had created ingenious and incisive illustrations for media as The New Yorker, Vogue or The New York Times.

After finishing her studies at the Fashion Institute of Technology and the Parsons School of Design, Isabel studied with the mythical Diana Vreeland at the Metropolitan Museum of Art of New York.

Since 1984, Isabel, a "cult figure" considered by the New York Times, has designed and exhibited two collections for year on her studio in Manhattan, but in 1998 she decided to don't follow the dictates of the fashion weeks and create her own collections with a her own tempo. Also, she has been the creative director for the Designer Collection of Anne Klein.

The name of Isabel Toledo went from being a secret on fashion to a international well known when Michelle Obama chose one of her designs to the take of position of Barack Obama as President: a set of dress and coat in yellow lace, that impressed the world.



Photo: Randall Bachner

ISABEL Toledo

COL·LECCIÓ

La nova col·lecció de models es mostra amagada entre una selecció de peces d'arxiu. Fidel a la seva idea de que la moda és una experiència efímera que viu dins d'una geografia gràfica i atemporal, els vaivens de l'estil competeixen per l'atenció i broten en mil detalls cada temporada creant noves siluetes. L'ecuació final de moda es compon de la suma de totes les parts, una acumulació de detalls reunits per contribuir a la descripció del nou esperit femení.

*Sabates: Edmundo Castillo
per Isabel Toledo

COLECCIÓN

La nueva colección de modelos se muestra oculta entre una selección de piezas de archivo. Fiel a su idea de que la moda es una experiencia efímera que vive dentro una geografía gráfica y atemporal, los vaivenes del estilo compiten por la atención y brotan en mil detalles cada temporada creando nuevas siluetas. La ecuación final de moda se compone de la suma de todas las partes, una acumulación de detalles recabados para contribuir a la descripción del nuevo espíritu femenino.

*Zapatos: Edmundo Castillo
para Isabel Toledo

COLLECTION

The new collection of prototypes is shown hidden within a selection from the Archives. True to her belief that fashion is both an ephemeral experience living inside a timeless and a graphic geography, the ebb and flow of style organically competes for attention, seasonally erupting in details and assuming new silhouettes. The total fashion equation is the sum of all parts, the accumulation of details called upon to assist in describing the new female psyche.

**Shoes: Edmundo Castillo
for Isabel Toledo*

J O S E P A B R I L

29 · 01 · 2014 - 17.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Dissenyador / Diseñador / Designer: Josep Abril
Marca comercial / Commercial brand: Josep Abril
Adreça / Dirección / Address: c/ Consell de Cent, 159. 08015 Barcelona
T. +34 930 047 280

www.josepabril.com · contact@josepabril.com

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



JOSEP ABRIL

34 FW#1415N34 reflections

34 FW#1415N34 reflections

34 FW#1415N34 reflections

J U S T I C I A R U A N O

30 · 01 · 2014 - 19.00h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



Justicia Ruano és una companyia creada l'any 2009 a Barcelona. Després d'una llarga trajectòria en el món del disseny —dins de grans marques—, la seva directora creativa, Justicia Ruano, ha volgut reinventar, amb la seva particular visió, el luxe i la feminitat actuals.

L'acurada selecció de tots els materials, les teles, els patrons i tot el procés de cada peça, fan que Justicia Ruano sigui una marca en què el detall i la qualitat són part de la seva identitat. Amb cada proposta i amb cada disseny es reflecteixen les diferents formes de veure la moda femenina a cada etapa i es creen col·leccions veritablement intemporals.

Especialitzada en el prêt-à-porter, mostra en cada col·lecció peces per a ocasions i moments especials. Això s'aconsegueix amb la utilització de multitud de materials, sedes, crepès, chiffon, xantillís, cuir, pell, brodats a mà..., que fan possible confeccionar un "total look" de tendència.

És una marca totalment cosmopolita i entén que "la seva dona actual" es troba a tot arreu. Actualment, té presència a diversos països i ciutats, com França, el Japó, el Líban, Kuwait, Taiwan i Nova York.

Justicia Ruano es una compañía creada en 2009 en Barcelona.

Tras una larga trayectoria en el mundo del diseño- dentro de grandes marcas-, su directora creativa, Justicia Ruano, ha querido reinventar, con su particular visión, el lujo y la feminidad actual.

La cuidadosa selección de todos los materiales, las telas, patrones y todo el proceso de cada prenda, hacen de Justicia Ruano una marca en la que el detalle y la calidad son parte de sus señas de identidad. Con cada propuesta y diseño se reflejan las diferentes formas de ver la moda femenina en cada etapa, creando colecciones verdaderamente atemporales. Especializada en el prêt-à-porter, muestra en cada colección piezas para ocasiones y momentos especiales. Esto se consigue con la utilización de multitud de materiales, sedas, crepés, chiffon, chantillís, cuero, piel, bordados a mano,... que hacen posible confeccionar un "total look" de tendencia.

Es una marca totalmente cosmopolita y entiende que "su mujer actual" se encuentra en todas partes. Actualmente, tiene presencia en diversos países y ciudades tales como Francia, Japón, Líbano, Kuwait, Taiwán y New York.

Justicia Ruano is a company created in 2009 in Barcelona.

After a long career in the design world - within the big brands -creative director Justicia Ruano wanted to reinvent, with her particular vision, luxury and femininity today.

The careful selection of all materials, fabrics, patterns and the whole process of each garment ,make Justicia Ruano a brand in which detail and quality are an integral part of its identity. Each proposal and design reflects the different ways of seeing women's fashion at every stage, creating truly timeless collections.

Specializing in prêt-à-porter they show, in each collection, pieces for special occasions and moments. This is achieved with the use of a multitude of materials ; silks, crepes , chiffon , chantillís , leather , fur, manual embroidery , ... that make a trendy "total look " possible.

It's a totally cosmopolitan brand and understands that " their current woman " is found everywhere. The brand has presence in various countries and cities such as France, Japan , Lebanon , Kuwait , Taiwan and New York.



JUSTICIA RUANO

Legère comme une plume

Teixits nobles, romàntics, dolços i volàtils han acompanyat el cos femení al llarg dels temps, de les modes i de la història.

D'una manera quasi sensual, emboliquen la bellesa de les dones, per enaltir-la i per emfatitzar-la... La vesteixen, la maquillen, l'emmarquen. Ens fan dolces o atrevides, romàntiques o perverses...

Aquest any, els fils suaus es fonen amb les malles i el lúrex, per descobrir la lluentor i la textura dels metàl·lics, sumptuosos i llustrosos, iridescents i brillants.

Metàl·lics i brillants, teixit translúcid com el gel i el cristall, l'or pur... per abraçar la nova Tardor/Hivern.

Legère comme une plume

Tejidos nobles, románticos, dulces y volátiles, han acompañado el cuerpo femenino a lo largo del tiempo, las modas y la historia.

De manera casi sensual, envuelven la belleza de las mujeres, para ensalzarla, enfatizarla.... Visten, maquillan y enmarcan. Nos hacen dulces o atrevidas, románticas o perversas...

Este año, los suaves hilos se funden con las mallass y los lurex, para descubrir el brillo y la textura de los metálicos, sumptuosos y lustrosos, iridescents y brillantes.

Metálicos y brillantes, tejido translúcido como el hielo y el cristal, el oro puro... para abrazar el nuevo Otoño-Invierno.

Legère comme une plume

Noble, romantic, sweet and volatile fabrics have accompanied the female body over time, fashions and history.

In a sensual way we wrap the beauty of women, to exalt it, emphasize it... the garments dress, makeup and frame. They make us sweet or bold, romantic or evil...

This year the soft threads blend with meshes and Lurex to uncover the shine and texture of the metallic yarns, sumptuous and lustrous, iridescent and shiny.

Metallic and gleaming, fabrics translucent as ice and glass, pure gold to embrace the new Fall-Winter.

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

28 · 01 · 2014 - 10.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



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

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

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



THE HOT SNOW PATROL

La col·lecció THE HOT SNOW PATROL fw 2014-15 està inspirada en aquelles vacances d'hivern amb la família o amb els amics. Cabanes de fusta, fogueres, muntanyes infinites de neu, pins, esquí i festes amb xocolata calenta. Un viatge al passat de vestits capitonats de colors forts, morens impossibles, marques d'ulleres a la cara i incòmodes botes d'esquí. Geometries de paisatges imaginaris en els estampats, en col·laboració amb la il·lustradora Marta Veludo.

THE HOT SNOW PATROL

La colección THE HOT SNOW PATROL fw 2014-15 está inspirada en esas vacaciones de invierno en familia o amigos. Cabañas de madera, hogueras, montañas infinitas de nieve, pinos, esquí y fiestas con chocolate caliente. Un viaje al pasado de trajes acolchados en colores fuertes, morenos imposibles, marcas de gafas en la cara e incómodas botas de esquí. Geometrias de paisajes imaginarios en los estampados, en colaboración con la ilustradora Marta Veludo.

THE HOT SNOW PATROL

THE HOT SNOW PATROL fw 2014-15 collection is inspired by those winter holidays with family or friends. Log cabins, campfires, endless snow-covered mountains, pine trees, skiing, parties and hot chocolate. A trip to the past of quilted kit in bright colors, impossible tans, eyewear brands on the face and uncomfortable ski boots. Geometries of imaginary landscape prints, in collaboration with the illustrator Marta Veludo.

LEBOR GABALA

29 · 01 · 2014 - 13.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



Lebor Gabala és el projecte professional de Maite Muñoz, que va aprendre l'ofici a través de pioners de la indústria de la moda d'aquest país, com Pedro Morago, Rap Diffusion o Mila i Tucho Balado. Després d'uns anys a Eivissa, on va dissenyar les seves primeres col·leccions de moda Ad Lib, va decidir que havia arribat el moment d'instal·lar-se a Barcelona i posar en marxa un somni. Un nom preciós i sonor va ser la seva primera declaració de principis. És la traducció de Leabhar Ghabhála Erenn, un conjunt de manuscrits gaèlics del segle XI, que expliquen, amb una barreja d'història, de mitologia, de llegendes i de folklore, la fundació d'Irlanda a través dels temps. La fantasia de les històries i el fet que Irlanda estigui tan unida a la tradició llanera, van fer que decidís adoptar la fonètica del títol, que en castellà es pronuncia Lebor Gabala. Lebor Gabala va néixer com una col·lecció dedicada en exclusiva al punt, i poc a poc va anar introduint teixits de seda i de cotó, brodats i estampats, amb l'objectiu d'arrodonir una proposta de total look. Es trien les matèries primeres més exquisides, a la recerca de la màxima qualitat. Per al punt, se seleccionen fils de caixmir i de seda, de cotó i de lli, d'alpaca i de llana merina extrafina; per als teixits, sedes i velluts, batistes i voiles, lli i cotó.

Lebor Gabala es el proyecto profesional de Maite Muñoz que aprendió el oficio de pioneros de la industria de la moda de este país, como Pedro Morago, Rap Diffusion, o Mila y Tucho Balado, y que tras unos años en Ibiza, donde diseñó sus primeras colecciones para la moda Ad Lib, decidió que ya era momento de instalarse en Barcelona y poner en marcha un sueño. Un precioso y sonoro nombre fue su primera declaración de principios. Es la traducción de Leabhar Ghabhála Erenn, un conjunto de manuscritos gaélicos del siglo XI que cuentan, con una mezcla de historia, mitología, leyendas y folklore, la fundación de Irlanda a través de los tiempos. La fantasía de las historias y el hecho de que Irlanda esté tan unida a la tradición lanera, la decidieron a adoptar la fonética del título, que en español se pronuncia Lebor Gabala. Lebor Gabala nació como una colección entregada en exclusiva al punto, y poco a poco fue introduciendo tejidos de seda y algodón, bordados y estampados, con el propósito de redondear una propuesta de total look. Se eligen las materias más exquisitas en busca de la máxima calidad. Para el punto, se seleccionan hilos de cachemir y seda, algodón y lino, alpaca y lana merino extrafina; para los tejidos, sedas y terciopelos, batistas y voiles, lino y algodón.

Lebor Gabala is the professional endeavor of Maite Muñoz, who learned the trade from pioneers of the fashion industry in this country such as Pedro Morago, Rap Diffusion, or Mila and Tucho Balado, and after some years in Ibiza, where she designed her first fashion collections for Ad Lib, decided it was time to settle in Barcelona and launch a dream. A lovely sounding name and was her first statement. It is the translation of Leabhar Ghabhála Erenn, a set of Gaelic manuscripts of the eleventh century which recount, with a blend of history, mythology, legends and folklore, the founding of Ireland through the ages. The fantasy of the stories and the fact that Ireland is so closely tied to the wool tradition, made her decide to adopt the phonetic title, which is pronounced Lebor Gabala in Spanish. Lebor Gabala was born as a collection exclusively of knitwear, and gradually silk and cotton fabrics, embroidery and patterned prints were introduced in order to round off a proposal for a total look. The finest materials are chosen in search of the highest quality. For knitted fabrics, yarns cashmere and silk, cotton and linen, alpaca and superfine Merino wool is selected; for the flat fabrics, silks and velvets, voiles and batiste, linens and cottons.

LEBOR GABALA

COL·LECCIÓ TARDOR-HIVERN 2014-2015

La col·lecció de Lebor Gabala per a aquesta temporada tardor-hivern mostra un gir cap a la dona dinàmica, executiva i cosmopolita, que no renuncia, però, a la seva feminitat. És un retorn a la silueta urbana, als materials tradicionals en plana, com llanes fredes, crepès de seda i popelin de cotó, i a les matèries més exquisides per al punt, que juga amb totes les galgues, des de la més fina fins a la més gruixuda.

Pantalons baronívols amb volum, que es porten amb camises masculines i amb jerseis amollits de colors comestibles: rosa encès, groc girasol i blau turquesa. Càrdigans fins, suaus i delicats de seda i de caixmir, que ja són tot un clàssic de Lebor Gabala, combinats amb faldilles llapis i vestits sinuosos de crepè de seda estampat. Flors que s'enfilen pels vestits i per les faldilles de seda, conviuen amb peces de punt d'una àmplia paleta de colors, que van des del verd ampolla fins al malva, passant pels tons indecisos del pedra i el gris, sense oblidar el blau marí i el negre.

Les peces de punt mantenen els seus acabats artesanals, amb les millors matèries possibles. És el compromís que té la marca amb la qualitat. Els millors fils, per la seva suavitat i lleugeresa, però també els més bonics i els que acaricien millor el cos.

Samarretes d'agradable cotó Pima, brodades i de viscosa, són la base perfecta, juntament amb les dessuadores estampades, per donar un toc insolent a la col·lecció.

COLECCIÓN OTOÑO-INVIERNO 2014-2015

La colección de Lebor Gabala para este otoño-invierno muestra un giro hacia la mujer dinámica, ejecutiva y cosmopolita, que no por ello renuncia a su feminidad. Es una vuelta a la silueta urbana, a los materiales tradicionales en plana: lanas frías, crepes de seda, popelín de algodón y a las materias más exquisitas para el punto, que juega con todas las galgas, desde la más fina a la más gruesa.

Pantalones varoniles con volumen que se llevan con camisas masculinas y jerséis mullidos en colores comestibles: rosa encendido, amarillo girasol y azul turquesa. Cardigans finos, suaves y delicados en seda-cachemir, ya todo un clásico de Lebor Gabala, combinados con faldas lápiz y vestidos sinuosos en crepe de seda estampado. Flores que trepan por los vestidos y las faldas de seda, conviven con prendas de punto en una amplia paleta de colores, que van desde el verde botella al malva, pasando por los tonos indecisos del piedra y el gris, sin olvidar el marino y el negro.

Las prendas de punto mantienen sus acabados artesanos con las mejores materias posibles: el compromiso que la marca tiene con la calidad. Las mejores hebras, por su suavidad y ligereza, pero también las más bellas y las que acarician mejor el cuerpo.

Camisetas en amable algodón Pima bordadas y en viscosa, son la base perfecta, junto a las sudaderas estampadas, para dar un toque insolente a la colección.

COLLECTION - FALL - WINTER 2014-2015

The Lebor Gabala collection for this autumn winter shows a shift to the dynamic executive and cosmopolitan woman, who for all that does not surrender her femininity. It is a return to the urban profile, to traditional woven fabrics: cool wool, crepe-de-chine, cotton poplin and the finest knitwear materials, playing with all gauges, from the thinnest to the thickest.

Voluminous manly trousers worn with men's shirts and fluffy sweaters in edible soft colors: shocking pink, sunflower yellow and sky blue. Fine, soft and delicate silk – cashmere cardigans, already a classic of Lebor Gabala, combined with sinuous dresses and pencil skirts in printed crepe-de-chine. Flowers that climb dresses and silk skirts, coexist with knitwear in a wide palette of colors ranging from bottle green to mauve, past the hesitant tones of stone and gray, without forgetting navy blue and black.

The knitwear keeps its handcrafted finishes in the best possible materials -the commitment the brand has to quality-. The best threads, for their softness and lightness, but also the most beautiful ones and the ones that best caress the body.

T-shirts in friendly embroidered pima cotton and in viscose, are the perfect base which, together with printed sweaters, give an insolent touch to the collection.

MANUEL BOLAÑO

28 · 01 · 2014 - 13.00h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



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

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

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

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

Nacido en Barcelona, pero criado en Galicia.

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

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

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

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

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

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

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

Dissenyador / Diseñador / Designer: Manuel Bolaño
Marca comercial / Commercial brand: Manuel Bolaño
Adreça / Dirección / Address: c/ Aragón, 344 3r 1a. 08009 Barcelona
T. + 34 687 644 750

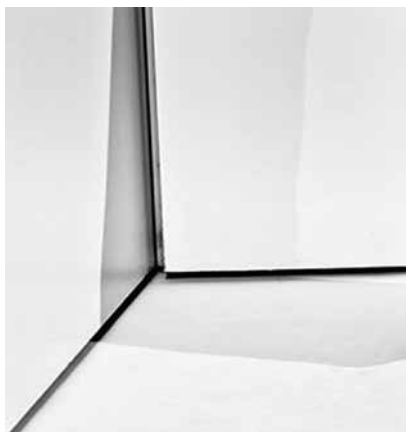
www.manuelbolano.com · info@manuelbolano.com

www.facebook.com/manuel.bolano.77 · www.twitter.com/manuel_bolano

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



Soixante-quatorze

Tenia el silenci per conversar i la soledat era la meua companya. Aleshores va passar allò inesperat i vaig somriure. Tu també miraves i et vaig veure. Ens vam fondre durant uns instants. Quina sort arribar a conèixer-te, quina gran jugada del destí! Ens vam fer un petó amb els ulls oberts, la mirada al cel i els peus a terra. Mentre sento els teus cabells a les meves mans, et deixes acariciar i somrius. No diguis res, només abraça'm. Una llum formosa inunda el meu cor. Ara tu seràs la meua companya.
A.B.M. Tardor 1974

Soixante-quatorze

Tenía el silencio para conversar y la soledad era mi compañera, entonces sucedió lo inesperado, y sonreí, tu también mirabas y te vi. Nos fundimos por un rato. Que suerte llegar a conocer, gran jugada del destino. Nos dimos un beso con los ojos abiertos, la mirada en el cielo y los pies en la tierra. Sintiendo tu pelo en mis manos, te dejas acariciar y sonríes. No me digas nada, sólo abrázame. Una luz hermosa inunda mi corazón. Ahora tu serás mi compañera.

A.B.M. Otoño 1974

Soixante-quatorze

Conversing with silence and with solitude as my companion, the unexpected happened, and I smiled, you also looked and I saw you. We merged for a while. Fortuitous meeting, great twist of fate. We kissed with our eyes open, skyward looks and feet on the ground. Feeling your hair in my hands, you accept the caresses stroked and smile. Don't say anything, just hug me. A beautiful light floods my heart, now you'll be my partner.

A.B.M. fall 1974

MANUEL CRUZCASTILLO

30 · 01 · 2014 - 10.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



Va estudiar disseny d'estampats i de teixits artístics a l'Escola Llotja. Va començar amb col·laboracions, dissenyant estampats per a El Delgado Buil, José Castro, María Escoté, Giménez y Zuazo i Jordi Labanda. L'any 2007 va crear la marca Cruzcastillo, a la qual, temps després, també es va incorporar Raúl Paco Mateo. Des dels seus inicis va seguir la mateixa línia, el treball dels estampats. Ja en la seva primera col·lecció, "Creo en ti", les imatges digitals es barrejaven amb la serigrafia i donaven lloc a interessants jocs de textures. Aquesta primera col·lecció es va presentar a la passarel·la Modorra de Bilbao. Després d'aquesta primera incursió a les passarel·les, El Ego de Cibeles va donar suport a Cruzcastillo per tal que presentés allà la seva següent col·lecció, "Thelemaco". Una col·lecció en què l'imaginari espacial va tenir una acollida molt positiva. Va obrir, al barri del Raval de Barcelona, el seu centre d'operacions, una botiga-estudi des de la qual llançaven les seves propostes de moda i on han presentat les seves últimes col·leccions. L'any 2010 van presentar la seva última col·lecció, "Chicuace", a la Cibeles Fashion Week de Madrid. El projecte no va poder continuar per motius personals i es va dissoldre. Torna, amb el seu nom, amb la intenció de recuperar el temps perdut.

Estudió diseño de estampados y tejidos artísticos en la Escuela Llotja. Comenzó con colaboraciones diseñando estampados para El Delgado Buil, José Castro, María Escoté, Giménez y Zuazo y Jordi Labanda. En el 2007 crea la marca Cruzcastillo, en la que, tiempo después, también participaría Raúl Paco Mateo. Desde sus inicios siguió la misma línea, trabajar el estampado. Ya en su primera colección, "Creo en ti", las imágenes digitales se mezclaban con la serigrafía, dando lugar a interesantes juegos de texturas. Esa primera colección se presentó en la pasarela Modorra de Bilbao. Tras esta primera incursión en la pasarela, El Ego de Cibeles brindó su apoyo a Cruzcastillo para que presentase allí su siguiente colección, Thelemaco. Una colección en la que el imaginario espacial tuvo una muy positiva acogida. Abrió en el barrio del Raval de Barcelona su centro de operaciones, una tienda-estudio desde la que lanzaban sus propuestas de moda y en la que han presentado sus últimas colecciones. En el 2010 presentaron su última colección en Cibeles fashion week de Madrid llamada "Chicuace". El proyecto no pudo seguir por motivos personales y se disolvió. Vuelve con su nombre, con la intención de recuperar el tiempo perdido.

He studied print design and fabrics in the Llotja school. He started with collaborations, designing prints for El Delgado Buil, José Castro, María Escoté, Giménez y Zuazo and Jordi Labanda. In 2007 he created the brand Cruzcastillo in which Paco Raul Mateo would later participate. Since their inception they have followed the same line: work the print. In his first collection, "I believe in you", digital images were mixed with screen-printing, leading to interesting combinations of textures. That first collection was presented at the Bilbao Modorra fashion show. After this first foray onto the catwalk, El Ego de Cibeles offered Cruzcastillo their support in submitting their next collection, "Thelemaco", a collection where the space imagery got a very positive reception. Opened its operations center in the Raval district of Barcelona, a shop - workshop from which they launched their fashion proposals and in which they have presented their latest collections. In 2010 they presented their latest collection at Cibeles Madrid Fashion Week called "Chicuace". The project could not continue for personal reasons and the brand was dissolved. He is back but as himself (with his name), with the intention of making up for lost time.



CRUZCASTILLO

DIÀLEG

M.G. és un cercle que es tanca en l'història vital de Manuel Cruzcastillo. És una de les col·leccions més íntimes i de més implicació personal de totes les que s'han esdevingut. M.G. són les inicials de Manuel Gómez, el meu pare, i també les meves. Ens diem igual. Durant tot aquest temps he intentat entendre quina és la figura del pare, quins vincles es generen amb ell. I, des de la perspectiva de fill, com es veu el pare i quin és el seu paper a la família. En aquesta col·lecció parlo, també, d'una pèrdua, d'un comiat, però també d'un retrobament. De la necessitat de tornar al record i de descobrir la seva figura (la del pare) una altra vegada, amb tot el que és bo i tot el que és dolent. Parlo del perdó, de l'abraçada protectora, de les coses que van quedar per dir, de l'adult que dóna la mà al nen, de l'absència irremediable, de les ganes de tornar a veure'l, encara que només sigui una vegada, per acomiadar-me'n com ha de ser. És tancar el cercle. Les formes de la col·lecció recorden el vestuari del meu pare, n'intenten recrear els teixits i el colorit, però de manera actual. Draps, pelfes i cotons seran alguns dels teixits d'aquesta col·lecció, en què, com sempre, el plat fort serà l'estampació i l'experimentació en els teixits.

DIÁLOGO

M.G. es un círculo que se cierra en el historial vital de Manuel Cruzcastillo. Es una de las colecciones más íntimas y de más implicación personal de todas las acontecidas. "M.G. son las iniciales de Manuel Gómez, mi padre, y también las mías, me llamo igual que él. En todo este tiempo he intentado entender cuál es la figura del padre, que vínculos se generan. Y, desde la perspectiva de hijo, cómo se ve al padre y cuál es su papel en la familia. En esta colección hablo de una pérdida, de una despedida, pero también de un reencuentro. De la necesidad de volver al recuerdo y descubrir su figura (la del padre), otra vez, con todo lo bueno y todo lo malo. Hablo del perdón, del abrazo protector, de las cosas que se quedaron por decir, del adulto que lleva de la mano al niño, de la ausencia irremediable, de las ganas de volver a verlo aunque sea sólo una vez más para, así, despedirme como tiene que ser. Es cerrar el círculo. Las Formas de la colección recuerdan al vestuario de mi padre, intentando recrear los tejidos y el colorido, pero llevándolo a la actualidad. Paños, felpas, algodones, serán algunos de los tejidos de esta colección, en la que, como siempre, el plato fuerte será la estampación y la experimentación en los tejidos.

DIALOGUE

Conversing with silence and with M.G. is a circle that closes in the history of Manuel Cruzcastillo life. It is one of the most intimate collections and the one with more personal involvement than all preceding ones.
"M.G. stands for Manuel Gomez, my father's initials and mine; we have the same name. During this time I have tried to understand what the father figure is and what ties it fosters. And from the perspective of a child, how the father is seen and what his role is in the family.
In this collection, too, loss is spoken of, a farewell but also a reunion. From the need to turn to the memory and rediscover his figure (the father), once again, with all the good and the bad. Forgiveness, the protective embrace of the things that were left unsaid, of the adult holding the child by the hand, of the irreversible absence, of the desire to see him if only one more time to, well, say goodbye properly. It is the closure of the circle.
The shapes of the collection are reminiscent of my father's wardrobe, trying to recreate the fabrics and the colors, but bringing them into the present day. Linens, chenilles, cottons, are some of the fabrics in this collection, where, as always, the highlight will be the prints and the experimentation with fabrics.

MARTÍNEZ LIERAH

30 · 01 · 2014 - 17.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



Daniel Lierah i Arturo Martínez van crear el seu estudi de París l'any 2010 per engegar un projecte de disseny d'una línia prêt-à-porter per a la dona.

Combinar allò improbable i trobar la bellesa en allò estrany forma part del seu concepte de disseny. A través de pensaments i de sentiments, experimenten, al seu taller, amb teles, estampats i siluetes personalitzades per donar forma al seu procés cerebral.

La barreja de les seves arrels llatines, juxtaposada amb un ambient parisenc sobri, crea un equilibri entre estructura i fluïdesa. Una atmosfera silenciosa i alhora artesanal, juntament amb una miscel·lània arquitectònica de formes i línies rectes. Una fusió de pensaments convertits en espontaneïtat.

Daniel Lierah y Arturo Martínez crearon su estudio en París en el año 2010 para empezar un proyecto de diseño de una línea de prêt-à-porter para la mujer.

Combinar lo improbable y encontrar la belleza en lo extraño forma parte de su concepto de diseño. A través de pensamientos y de sentimientos experimentan, en su taller, con telas, estampados y siluetas personalizadas para dar forma a su proceso cerebral.

La mezcla de sus raíces latinas, juxtapuesta a un ambiente parisino sobrio, crea un equilibrio entre estructura y fluidez. Una atmósfera silenciosa a la vez que artesanal junto a una miscelánea arquitectónica de formas y de líneas rectas. Una fusión de pensamientos convertidos en espontaneidad.

Daniel Lierah and Arturo Martínez established their Paris studio in 2010 to commence a design project in women's ready to wear.

Marrying the improbable and finding beauty in the odd is part of their design ideology. Through thoughts and feelings they experiment at their atelier with personalized fabrics, prints and silhouettes to make their cerebral process come to life.

The mixture of their Latin roots juxtaposed with a sober Parisian environment, creates an equilibrium between structure and fluidity. A silent artisan mood together with an architectural mishmash of shapes and straight lines. An amalgamation of thoughts turned into spontaneity.



MARTINEZ LIERAH

SPEEDBIRD 9

El 24 de juny de 1982, un avió de British Airways va volar enmig d'un núvol de cendra volcànica expulsada en l'erupció del volcà Galunggung, i això va provocar la fallada dels quatre motors. La raó de l'avaria no va ser evident, en un primer moment, ni per la tripulació ni pel control de terra. L'avió va poder planar prou com per sortir del núvol de cendra, tots els motors van reiniciar el funcionament i això va permetre que l'aeronau aterrés amb seguretat a Yakarta. Mentre l'avió planava a través del núvol de cendra, la tripulació i els passatgers van experimentar el que descriuen com a meravelloses experiències extremes, a causa de l'efecte llampec que la cendra del volcà va tenir en tocar el fuselatge de l'avió. Aquesta interacció va crear un meravellós espectacle de llums misterioses, que va enlluernar tothom que hi havia a bord. Els passatgers es trobaven en un estat de deliri (a causa del fum tòxic de la cendra volcànica), i s'imaginaven ells mateixos a la dimensió desconeguda. Com pot ser que una situació mortal provoqui una escena tan impressionant? És com si els passatgers s'haguessin convertit tant en la fletxa com en el blanc. En un trànsit immens, es van unir amb la força. En la seva forma més intensa, la vida es va convertir en la mort, però d'una manera màgica.

SPEEDBIRD 9

El 24 de junio de 1982, un avión de British Airways voló en una nube de ceniza volcánica expulsada en la erupción del volcán Galunggung, provocando el fallo de los cuatro motores. La razón de la avería no fue evidente en un primer momento ni para la tripulación, ni para el control en tierra. El avión pudo planear lo suficiente para salir de la nube de cenizas, y todos los motores reiniciaron su marcha, permitiendo a la aeronave aterrizar con seguridad en Yakarta. Mientras el avión planeaba a través de la nube de cenizas, la tripulación y los pasajeros experimentaron lo que describen como maravillosas experiencias extremas, debido al "efecto relámpago" que la ceniza del volcán tuvo al tocar el fuselaje del avión. Esta interacción creó un maravilloso espectáculo de luces misteriosas que deslumbró a todo el mundo de a bordo. Los pasajeros se encontraban en un estado de delirio (debido al humo tóxico de la ceniza volcánica), imaginándose a sí mismos entrando en la dimensión desconocida. ¿Cómo puede una situación mortal provocar una escena tan impresionante? Es como si los pasajeros se hubieran convertido tanto en la flecha como en el blanco. En un trance intenso, se unieron con la fuerza. En su forma más intensa, la vida se convirtió en la muerte, pero de una forma mágica.

SPEEDBIRD 9

On 24 June 1982 a British Airways aircraft flew into a cloud of volcanic ash thrown up by the eruption of mount Galunggung, resulting in the failure of all four engines. The reason for the failure was not immediately apparent to the crew or ground control. The aircraft was able to glide far enough to exit the ash cloud, and all engines were restarted allowing the aircraft to land safely in Jakarta. While the plane glided through the ash cloud, the crew and passengers experienced what they describe as wonderful, extreme experiences because of the lightning effect that the volcano's ash had when touching the fuselage of the plane. This interaction created a wonderful spectacle of mysterious lights that dazzled everybody on board. Passengers became delusional (due to toxic smoke from the volcanic ash) and imagined themselves as going into the twilight zone. How can a deadly situation result in such a striking scene? It is as if the passengers had become both arrow and target. They became one with the force in a vivid trance. At its most intense, life became death, but in a magical way.

MIRIAM PONSÀ

29 · 01 · 2014 - 19.00h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



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

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

Miriam Ponsa dissenya totes les col·leccions al seu taller de Manresa i produeix les col·leccions en tallers catalans. Valors com l'esforç, el treball en equip, l'autenticitat i la recuperació de tècniques artesanals formen part del seu manifest. Les seves col·leccions estan rebent nombrosos reconeixements. El darrer d'una llarga llista és el Premi La Roca Village a la millor col·lecció de la Passarel·la 080 de Tardor-Hivern 2012-13, atorgat per la Generalitat de Catalunya.

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

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

MIRIAM PONSÀ diseña todas las colecciones en su taller de Manresa y produce todas las colecciones en talleres catalanes. Valores como el esfuerzo, el trabajo en equipo, la autenticidad y la recuperación de técnicas artesanales forman parte de su manifiesto. Sus colecciones están recibiendo numerosos reconocimientos. El último, de una larga lista, es el Premio "Roca Village" a la mejor de la pasarela 080 de Otoño/Invierno 2012-13, otorgado por la Generalitat de Catalunya.

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

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

MIRIAM PONSÀ designs all the collections in her workshop in Manresa and the garments are produced in workshops in Catalonia. Values like endeavor, team work and authenticity are important to her as well as the recuperation of handicraft techniques and they all form part of her manifesto. Her collections have received several accolades; the latest in a long list being the "La Roca Village Prize" for the best collection at the 080 Fall-Winter 2012-13 edition, presented by the Autonomous Government of Catalonia.



MIRIAM PONSÀ 

Sherpa

Els xerpa o xerpes (en tibetà, “gent de l’est”, derivat de shar “est” + pa “gent”, “poble”, “homes”) són pobladors de les regions muntanyoses del Nepal, a l’Himàlaia.

El transport, la càrrega, el viatge i l’esforç són elements d’inspiració d’aquest ofici tan característic, totalment relacionat amb la natura i amb la dedicació.

Les tècniques de teixir artesanals, el treball amb la llana, el punt tricatat i la barreja esport-rústic defineixen la col·lecció.

Sherpa

Los sherpa (en tibetano, “gente del este”, derivado de shar “este” + pa “gente”, “pueblo”, “hombres”) son pobladores de las regiones montañosas del Nepal, en el Himalaya.

El transporte, la carga, el viaje y el esfuerzo son elementos de inspiración de este oficio tan característico, totalmente relacionado con la naturaleza y con la dedicación.

Las técnicas de tejer artesanales, el trabajo con la lana, el punto tricatat y la mezcla sport-rústico, definen la colección.

Sherpa

The Sherpa (in Tibetan “people of the east”, derived from shar “east” + pa “people”, “a people”, “men”) are residents of the mountainous regions of Nepal, in the Himalayas.

Transport, cargo, travel and effort are the inspirational elements of this so characteristic trade, closely related to nature and to dedication.

The techniques of hand weaving, working with wool, knitting and the rustic/sport mix define the collection.

NATALIE CAPELL

28 · 01 · 2014 - 12.00h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



Als carrers vells de Barcelona, hi ha un atelier secret, des de l'any 2002, on Natalie Capell crea, juntament amb el seu equip, les seves peces.

Des de la creació del seu primer vestit, als 14 anys, Natalie Capell es dedica a crear peces femenines d'excepció, com a forma de la seva expressió. La marca encarna delicadesa i fortaleza a la vegada, comoditat i elegància.

Després d'anys d'experiència i d'investigació, sorgeixen peces que destaquen pels seus jocs de transparències i pel seu treball de brodat a mà, que ha estat reconegut amb el Premi Nacional d'Artesania, l'any 2013.

La boutique, ubicada al Born, és un espai íntim, darrere del qual s'amaga el taller, que recorda els ateliers de principis de segle a París, el secret dels quals es transmet a través del boca-orella...

En las calles viejas de Barcelona, hay un atelier secreto desde 2002, donde Natalie crea, junto con su equipo, prendas...

Desde la creación de su primer vestido, a los 14 años, Natalie Capell se dedica a crear piezas femeninas de excepción, cómo forma de su expresión. La marca encarna delicadeza y fortaleza a la vez, comodidad y elegancia.

Después de años de experiencia e investigación, surgen piezas que destacan por sus juegos de transparencias y su trabajo de bordado mano, que ha sido reconocido con el Premio Nacional de Artesanía en el 2013.

La boutique ubicada en el Borne, es un espacio íntimo, detrás de cual se esconde el taller, que recuerda los ateliers de principio de siglo en París, cuyo secreto se difunde de boca a boca...

In the old streets of Barcelona, there is a secret atelier since 2002, where Natalie, and her team create, garments ... From the creation of her first dress, at age 14, Natalie Capell has been dedicated to creating exceptional feminine pieces as a means of expression.

The brand embodies gentleness and strength at the same time, comfort and elegance.

After years of experience and re-search, pieces that stand out for their interplay of transparencies and manual embroidery work. Awarded the National Award for Craftwork in 2013.

The boutique, located in the Borne, is an intimate space with the workshop hidden in the back, reminiscent of turn of the century ateliers in Paris, whose secret is spread by word of mouth...

Dissenyador / Diseñador / Designer: Natalie Capell
Marca comercial / Commercial brand: Natalie Capell
Adreça / Dirección / Address: c/ Carassa, 2. 08003 Barcelona
T. +34 933 199 219

www.nataliecapell.com · atelier@nataliecapell.com

Facebook: Natalie Capell · Twitter: @nataliecapell

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



Un Somni

Combinacions de vestits fins, capes i jaquetes de vellut, sedes i tuls, amb una elegància delicada i femenina, entre negres i blaus pàl·lids tenyits a mà, per ballar el somni de la vida...

Un Sueño

Combinaciones de vestidos finos, capas y chaquetas de terciopelo, sedas y tules, una elegancia delicada y femenina entre negros y azules pálidos teñidos a mano, para bailar el sueño de la vida...

A Dream

Combinations of fine layered dresses and velvet jackets, silk and tulle and a delicate feminine elegance between blacks and pale blues, hand-dyed in which to dance the dream of life...

O S C A R L E O N

31 · 01 · 2014 - 10.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



Oscarleon, llicenciat en patronatge, en disseny, en estilisme i en assessoria d'imatge integral.

Va crear la seva primera col·lecció l'any 1996. Des de llavors no ha deixat de crear per a la seva pròpia marca, tasca que ha compaginat amb el disseny de col·leccions per a altres empreses.

Ha presentat els seus treballs a la Passarel·la Gaudí i a la Passarel·la 080 Barcelona Fashion, i ha estat present a showrooms internacionals d'alt nivell.

El 2005 va crear el projecte "Trash Lifestyle".

Actualment, treballa com a autònom per a diverses marques de moda, i compagina aquesta feina amb la docència.

Les col·leccions d'Oscarleon es caracteritzen per la seva enorme identitat i la seva elaboració complexa.

Oscarleon, licenciado en patronaje, diseño, estilismo y asesoría de imagen integral.

Crea su primera colección en el año 1996, desde entonces no ha dejado de crear para su propia marca, actividad que compagina con el diseño de colecciones para otras empresas. Ha presentado sus trabajos en la Pasarela Gaudí y en la Pasarela 080 Barcelona Fashion, teniendo presencia en showrooms internacionales de alto nivel.

En el 2005 crea el proyecto "Trash Lifestyle".

Actualmente, trabaja como freelance para distintas marcas de moda, compaginándolo con la docencia.

Las colecciones de Oscarleon, se caracterizan por su enorme identidad y compleja elaboración.

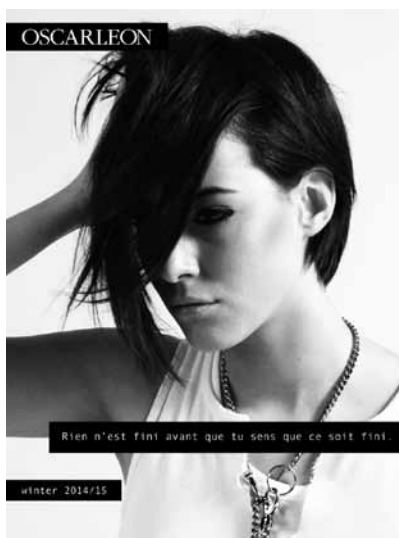
Oscarleon graduated in pattern making, design, styling and image consulting.

Creates his first collection in 1996, since then he has continued to create for her own brand and also designed collections for other companies. He has presented his work at the Gaudi fashion show, 080 Barcelona Fashion, and his work is in high-level international showrooms.

In 2005 he created the Trash Lifestyle project.

He currently works as a freelancer for various fashion brands, combining his work with teaching.

Oscarleon collections are characterized by an unmistakable identity and complex elaboration.



OSCARLEON

Rien n'est fini avant que tu
sens que ce soit fini

Recuperar

1. [tr.] Recobrar, especialment idees, conceptes i materials, per sotmetre'ls de nou a operacions industrials.
2. [pron.] Recobrar (tornar en si).
3. [pron.] Experimentar algú la sensació física o moral de trobar-se d'una manera determinada; jutjar-se, considerar-se. Sentir-se fort; sentir-se feliç; sentir-se amb l'obligació de no fallar. Recuperar per tornar a sentir...

Rien n'est fini avant que tu
sens que ce soit fini

Recuperar

1. [tr.] Recobrar, especialmente (ideas, conceptos y materiales) para someterlos de nuevo a operaciones industriales.
2. [prnl.] Recobrar (volver en sí). Sentir.
3. [prnl.] Experimentar uno la sensación física o moral de hallarse de una manera determinada; juzgarse, considerarse: sentirse fuerte; sentirse feliz; sentirse con la obligación de no fallar. Recuperar para volver a sentir...

Rien n'est fini avant que tu s
ens que ce soit fini

Recuperate

1. [v.t.] Recover, especially (ideas, concepts and materials) for submission to new industrial operations.
2. Recover [v.i.] to get back the use of your senses, control of your emotions, etc. Feel.
3. [i.v.] Experience a physical or moral sense of being in a certain way; judge, consider: feel strong, feel happy, feel the obligation to not fail. Recuperate to feel again...

SELIM DE SOMAVILLA

28 · 01 · 2014 - 10.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

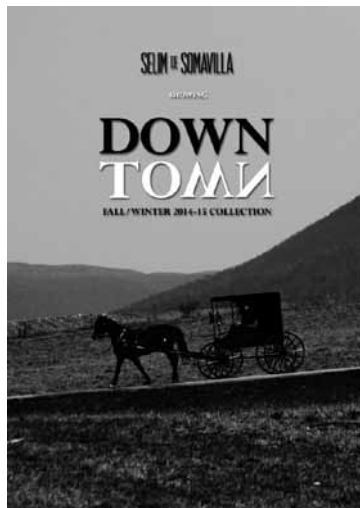
DESIGNER



Nascut i establert a Barcelona, es forma com a dissenyador de moda a aquesta ciutat i a Londres. L'any 2005 es gradua i forma part de l'equip de Martin Lamothe durant dues col·leccions. La capital britànica li ofereix un nou aire, maduresa i perspectiva per als seus futurs treballs, dedicats a la moda masculina, a través d'estudis a l'LCF i de treballar a The Rodnik Band. L'home a qui vesteix no entén de limitacions. És un home amb gustos refinats, a qui li agrada vestir bé, amb un cert aire melancòlic, sense perdre la virilitat tot i la important influència unisex. De Somavilla dóna una importància essencial a un "tot" en les seves col·leccions, en les quals dissenya, també, bosses, sabates i joieria. El 2012 presenta la seva col·lecció sota el títol "MAELSTRØM", a l'edició Tardor/Hivern 2012 de la València Fashion Week i a Move Sevilla. El setembre, mostra "KNOCKOUT" a Barcelona, una proposta per a la Primavera/Estiu 2013, en el marc del Festival Bosson. A principis del 2013 col·labora en la realització de bosses per a la firma escorpion a la Passarel·la 080 Barcelona Fashion. El juliol, desfila a la mateixa però en aquesta ocasió amb una col·lecció pròpia, "THREE THOUSAND WORDS". El jurat li atorga una menció especial com a Millor col·lecció de Primavera/Estiu 2014.

Nacido y afincado en Barcelona, se forma como diseñador de moda en dicha ciudad y Londres. En 2005 se gradúa y forma parte del equipo de Martin Lamothe durante dos colecciones. La capital británica le ofrece un nuevo aire, madurez y perspectiva para su futuro trabajo dedicado a la moda masculina estudiando en el LCF y trabajando en The Rodnik Band.. El hombre al que viste no entiende de limitaciones. Es un hombre con gustos refinados, al le gusta vestir bien, con un cierto aire melancólico, sin perder la virilidad a pesar de la importante influencia unisex. De Somavilla da esencial importancia a un "todo" en sus colecciones, en las que diseña también bolsos, zapatos y joyería. En 2012 presenta su colección titulada "MAELSTRØM" en la edición de Otoño-Invierno '12 de Valencia Fashion Week y en Move Sevilla. En septiembre muestra KNOCKOUT en Barcelona, una propuesta para la Primavera-Verano '13 en el marco del Festival Bosson. A principios del 2013 colabora en la realización de bolsos para la firma escorpion en la pasarela 080 Barcelona Fashion. En Julio, desfila en 080 Barcelona Fashion pero, esta vez, con colección propia, "THREE THOUSAND WORDS". El jurado le otorga una mención especial como "Mejor Colección de Primavera-Verano '14".

Born and bred and residing in Barcelona, he became a fashion-designer between here and London. In 2005 he graduated and went on to form a part of the team of Martin Lamothe over two collections. London offered him a new air, maturity and a fresh perspective for his future work dedicated to male fashion, studying at LCF and working at The Rodnik Band. The man that is dressed in his clothes knows no limitations. He is a man of refined tastes, who likes dressing well, with a certain melancholic air but without losing his virility despite the important unisex influence. De Somavilla places essential importance on a "total outfit idea" in his collections, for which he also designs bags, shoes and jewellery. In 2012 he shows his collection called "MAELSTRØM" at the Fall-Winter '12 edition of Valencia Fashion Week and Move Seville. In the September he showed "KNOCKOUT" in Barcelona, a collection for Spring-Summer '13, during the Bosson Festival. In 2013 he collaborates in producing signature handbags for the firm escorpion at the 080 Barcelona Fashion parade. In July, he parades again at 080 Barcelona Fashion with his own collection entitled THREE THOUSAND WORDS. The jury awards him a special mention for "Best Collection Spring-Summer '14".



SELIM DE SOMAVILLA

DOWNTOWN

“DOWNTOWN” és la proposta unisex per a la propera Tardor/Hivern 2014-2015 de Selim de Somavilla. Una col·lecció plena de contrastos, als quals ja ens té acostumats normalment. S'utilitzen teixits càlids, com la llana, la seda o la pell, que es confronten amb teixits artificials, com el polièster, els teixits tecnològics o les imitacions de pell d'animal. En aquest cas, el rombe i l'espiga són les figures que prenen importància. L'estampat i el color són dos punts forts de la proposta. La forma com es combinen crea una atmosfera que, un cop més, ens trasllada a un univers molt personal...

Llegat i modernitat. Ha arribat el moment de deixar els costums i les tradicions enrere. D'oblidar per un segon la rutina perenne. Les empremtes que sempre hi seran recordant un origen. Tot pot canviar, ja que tot és possible al DOWNTOWN.

DOWNTOWN

“DOWNTOWN” es la propuesta unisex para el próximo Otoño/Invierno 2014-2015 de Selim de Somavilla. Una colección llena de contrastes, a los que ya nos tiene acostumbrados normalmente. Se utilizan tejidos cálidos como la lana, la seda o la piel, que se confrontan con tejidos artificiales, como el poliéster, los tejidos tecnológicos o las imitaciones de pelo de animal. En este caso, el rombo y la espiga son las figuras que cogen importancia. El estampado y el color son dos puntos fuertes de la propuesta. La forma como se combinan crea una atmosfera que, una vez más, nos traslada a un universo muy personal...

Legado de modernidad. Ha llegado el momento de dejar las costumbres y las tradiciones atrás. De olvidar por un segundo la rutina perenne. Las huellas que siempre estarán ahí recordando un origen. Todo puede cambiar, ya que todo es posible en el DOWNTOWN.

DOWNTOWN

DOWNTOWN is a unisex proposal for next fall-winter 2014-2015 by Selim Somavilla. A collection full of all of the contrasts we are used to from him. Warm fabrics such as wool, silk or leather juxtaposed on other artificial ones such as polyester, technological fabrics or imitation leather are used. In this case diamond shaped and the wheat ear motifs play an important part. Pattern and color are two strengths in the proposal. The way they combine to create an atmosphere once again takes us to a very personal universe...

Legacy and modernity. It is time to leave customs and traditions behind. Perennial routine forgotten for a second. The traces always belying the origin. But everything can change, because everything is possible in DOWNTOWN.

S I T A M U R T

28 · 01 · 2014 - 17.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



Apassionada. Activa. Curiosa. Viajera. Sempre creativa.

Així és Sita Murt.

Atenta a allò que passa al seu voltant, qualsevol detall pot ser l'origen d'una nova col·lecció. La seva personalitat inquieta sap interpretar les tendències i adaptar-les al seu estil.

Els seus dissenys són petits homenajes a aquella dona incansable que atén mil coses a la vegada i per la qual Sita Murt sent un enorme respecte.

Sita Murt ha apostat per posar la tècnica al servei de la imaginació. Els seus dissenys incorporen detalls que són el resultat de moltes hores d'investigació. Sita Murt creu que tot és possible, i aquesta tenacitat es reflecteix en cada peça, en cada teixit, en cada volum.

Apasionada. Activa. Curiosa. Viajera. Siempre creativa.

Así es Sita Murt.

Atenta a lo que sucede a su alrededor, cualquier detalle puede ser el origen de una nueva colección. Su personalidad inquieta sabe interpretar las tendencias y adaptarlas a su estilo.

Sus diseños son pequeños homenajes a esa mujer incansable que atiende mil cosas a la vez y por la que Sita siente un enorme respeto.

Sita Murt ha apostado por poner la técnica al servicio de la imaginación. Sus diseños incorporan detalles que son el resultado de muchas horas de investigación. Sita cree que todo es posible, y esa tenacidad se refleja en cada prenda, en cada tejido, en cada volumen.

Passionate. Active. Curious. Restless. Always creative.

This is Sita Murt.

Aware of what is happening around her, every detail can be the source of a new collection. Her inquisitive personality can interpret trends and adapt them to her style.

Her designs are small tributes to the tireless woman who do a thousand things at once and who Sita feels enormous respect for.

Sita Murt has opted to put technology at the service of the imagination. Her designs incorporate details that are the result of many hours of research. Sita believes that anything is possible, and that tenacity, is reflected in each garment, each fabric, each volume.

sita murt/



PUR

Pur, aquesta és la idea de la col·lecció tardor-hivern 14-15. Expliquem la dedicació pel punt i pels detalls, en un minimalisme que és l'essència de la col·lecció. Busquem la puresa de colors, de formes, un acabat perfecte, una matèria impecable, que troba la seva essència en la dualitat entre simplicitat i sofisticació.

Matèries

En tricot, es combinen angores i finíssimes llanes-alpaca, buscant un grafisme monocromàtic.

Mohers quasi transparents i una poliamida on es dibuixen punts estructurats, que busquen volums simples que donen caràcter a les peces.

En teixit, sargues de llana-lycra, que ens permeten accentuar els detalls, i delicats microjacquards quasi invisibles en fines viscoses, que dibuixen peces hiperfemenines.

Colors

El retorn dels colors purs. Ells són els protagonistes en tota la col·lecció Sita Murt: la presència d'un perfecte blau prussian, del gris gel i del cru és constant, mentre que l'accent el posa el vital vermell ponsetia.

PUR

Puro, esta es la idea de la colección otoño-invierno 14-15. Explicamos la dedicación por el punto y por los detalles, en un minimalismo que es la esencia de la colección. Buscamos la pureza de colores, de formas, un acabado perfecto, una materia impecable, que encuentra su esencia en la dualidad entre simplicidad y sofisticación.

Materias

En punto, se combinan angoras i finísimas lanas-alpaca, buscando un grafismo monocromático.

Muarés casi transparentes y una poliamida donde se dibujan puntos estructurados, que buscan volúmenes simples, dando carácter a la prendas.

En telas, sargas de lana-lycra, que nos permiten acentuar los detalles, y delicados microjacquards casi invisibles en finas viscósas, que dibujan prendas hiperfemeninas.

Colores

El retorno de los colores puros. Ellos son los protagonistas en toda la colección Sita Murt: la presencia de un perfecto azul prussian, del gris hielo y del crudo es constante, mientras que el acento lo pone el vital rojo ponsetia.

PUR

Pure, this is the idea of the fall-winter 14-15 collection. We explain the attention to detail and a minimalism that is the essence of the collection. We seek the purity of colors, shapes, a perfect finish, perfect material which encounters its essence in the duality between simplicity and sophistication.

Fabrics

In knitted fabrics, we combine the finest angora and alpaca wools to create monochrome graphics.

Almost transparent Mohairs, polyamide and where knitwear in different stitches creates structure in search of simple volumes, giving character to the pieces.

In woven fabrics, wool-Lycra serges allow us to accentuate the details; almost invisible, delicate micro-jacquards in super-fine viscose delineate hyper-feminine pieces.

Colors

The return of pure colors; they are the protagonists of the entire Sita Murt collection: the presence of a perfect Prussian blue, ice gray and raw is constant, while the emphasis is provided by vital poinsettia red.

SSIC AND PAUL

31 · 01 · 2014 - 10.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



SSIC AND PAUL el formen Paula Boadas (1986) i Jessica Raya (1978). La idea de crear un projecte en comú va sorgir mentre cursaven els seus estudis a l'Escola Fdmoda de Barcelona. Després de congeniar en els àmbits creatiu i personal, van decidir crear la seva firma, l'any 2010. La seva primera presentació va ser al ModaFAD, dins de la passarel·la 080 Barcelona Fashion, en l'edició de gener de 2013. Aquell mateix any van participar a la passarel·la i al showroom EGO Mercedes-Benz Fashion Week de Madrid, on van presentar la seva primera col·lecció tardor/hivern 2013-14. El juliol del 2013 van participar en el showroom del 080 Barcelona Fashion i, al setembre, en el showroom del Samsung EGO de Madrid. Aquest mes de novembre han estat convidades a desfil·lar, com a dissenyadores emergents, a la Passarel·la Fortuny de Granada. I també a la següent edició de The Shopping Night Barcelona, amb el disseny d'un estilisme per a una valquíria i un altre per a una ballarina inspirada en l'òpera de Wagner. Aquest tàndem de dissenyadores es defineix per la combinació de creativitat i funcionalitat, amb un estil molt contemporani, sense oblidar el gust per allò artesanal. Un mimetisme especial, plasmat en cada detall de les seves col·leccions.

SSIC AND PAUL lo forman Paula Boadas (1986) y Jessica Raya (1978). La idea de crear un proyecto en común surgió mientras cursaban sus estudios en Fdmoda Barcelona. Tras congeniar a nivel creativo y personal, deciden crear su firma en el año 2010. Su primera presentación es en MODAFAD, dentro de la pasarela 080 Barcelona Fashion, en la edición de enero del 2013. Ese mismo año participan en la pasarela y showroom EGO Mercedes-Benz Fashion Week de Madrid, donde presentan su primera colección otoño/invierno 2013-14. En el mes de julio del 2013 participaron en el showroom del 080 Barcelona Fashion, y en septiembre en el showroom de Samsung EGO de Madrid. Este noviembre 2013 han sido invitadas para desfil·lar, como diseñadoras emergentes, en la Pasarela Fortuny de Granada. Así como también en la próxima edición de The Shopping night Barcelona, diseñando un estilismo para una valquiria y otro para una bailarina inspirados en la ópera de Wagner. Este tándem de diseñadoras se define por la combinación de creatividad y funcionalidad, con un estilo muy contemporáneo, sin olvidar el gusto por lo artesanal. Un mimetismo especial, plasmado en cada detalle de sus colecciones.

SSIC AND PAUL is Paula Boadas (1986) and Jessica Raya (1978). The idea of launching a common project arose while studying design and fashion at Fdmoda in Barcelona. After finding they got on really well both creatively and personally, they decided to create a brand together in 2010. Their first presentation was at MODAFAD within the 080 Barcelona Fashion at the January 2013 edition. That same year they participated in the catwalk and showroom EGO Mercedes-Benz Fashion Week Madrid where they presented their first collection for autumn / winter 2013-14. In the month of July 2013 participated in the 080 Barcelona showroom, and in September in the showroom of Samsung EGO Madrid. This November 2013 they have been invited to parade as emerging designers at the Fortuny Granada fashion show. Likewise at the next Shopping night Barcelona they are involved, designing the styling for a Valkyrie and one for a dancer inspired by Wagner's opera. This tandem of designers is defined by the combination of creativity and functionality with a very contemporary style, not to mention a strong taste for artisanship. A special mimicry reflected in every detail of their collections.

Dissenyador / Diseñador / Designer: Jessica Raya i Paula Boadas
Marca comercial / Commercial brand: SSIC AND PAUL
Adreça / Dirección / Address: c/ Balmes, 345 2n 1a. 08006 Barcelona
T. +34 667 201 729 / +34 676 048 658

www.ssicandpaul.com · ssicandpaul@gmail.com

<https://www.facebook.com/pages/SSIC-AND-PAUL/507823942583694>

<https://twitter.com/SSICANDPAUL>

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



SSIC AND PAUL

Tesitura Orgànica

La col·lecció d'hivern 14-15 de SSIC AND PAUL, sempre amb un estil contemporani i avantguardista, es defineix per: línies pures; essència minimalista; formes geomètriques; peces oversize, superposicions, efectes visuals/il·lusions òptiques; costures franceses; textures; complements reciclats procedents del cautxú; esfilagarsats; volums.

Tesitura Orgànica

La colección de invierno 14-15 de SSIC AND PAUL, siempre con un estilo contemporáneo y vanguardista, se define por: - Líneas puras - Esencia minimalista - Formas geométricas - Prendas oversize - Superposiciones - Efectos visuales / trampantojos - Costuras francesas - Texturas - Complementos reciclados procedentes del caucho - Deshilachados - Volúmenes.

Organic Attitude

The 14-15 SSIC AND PAUL winter collection, always with a contemporary and avant-garde style is defined by: - Pure lines - Minimalist essence - Geometric shapes - Oversize garments - Overlays - Visual / trompe-l'oeil effects - French couture - Textures - Accessories from recycled rubber - Frayed fabrics - Volumes.

28 · 01 · 2014 - 19.00h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



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

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

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

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

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

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

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

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

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



MAR D'HIVERN

La col·lecció de TCN esta inspirada en un temporal d'hivern a la costa, un temporal dur i ventós.

En les formes, aquesta temporada destaquen els volums més dolços i les peces abric-manta com a peça de referència, tan envoltants i càlides, i tornen les faldilles llapis o molt minis, de tots els teixits. Els pantalons es converteixen en peces de punt. Totes les versions clàssiques, com el xinès o el de pines, apareixen renovades amb teixits com la pelfa o el punt gruixut. El baggi treballat a l'extrem.

En el colorit, destaquen els tocs forts de color sobre una base cromàtica de verd ampolla, el marí i el borgonya, però els clàssics TCN, com el gris vigoré, el blanc o el maquillatge, segueixen presents. Els estampats són molt marcats, però destaquen les ratlles camiseres en totes les seves versions, els quadres, com a estampat estrella absolut, i les rodones.

En la cotilleria, els estampats són protagonistes, com el ceràmica, el dandy, el tartan o la cretona, i es combinen amb teixits rics i sumptuosos, com el velour o el plumetti, en tons llisos. En les formes, el culotte segueix sent la peça estrella que, juntament amb els sostenidors triangulars, formen el tàndem perfecte per a una silueta femenina.

MAR DE INVIERNO

La colección de TCN está inspirada en un temporal de invierno en la costa, un temporal duro y ventoso.

En las formas, destacan esta temporada los volúmenes más dulces en las prendas de abrigo -manta como prenda referencia, tan envolventes y cálidos, y regresan las faldas lápiz o muy, muy, mini en todos los tejidos. Los pantalones se convierten al punto, todas las versiones clásicas, como el chino o el de pinzas, aparecen renovadas en tejidos como la felpa o el punto grueso. El baggi trabajado al extremo.

En el colorido destacan los toques fuertes de color sobre una base cromática del verde botella, marino y burgundy, pero los clásicos TCN, como el gris vigoré, el blanco o el maquillaje, siguen presentes. Los estampados son muy marcados, pero destacan los rayas camiseras en todas sus versiones, los cuadros como estampado estrella absoluto y los topes.

En la corsetería los estampados son protagonistas, como el cerámica, el dandy, el tartán o la cretona, se combinan con tejidos ricos y suntuosos, como el velour o el plumetti, en tonos lisos. En las formas, el culotte sigue siendo la prenda estrella que, junto al sujetador triangular, forman el tándem perfecto para una silueta femenina.

WINTER SEA

The inspiration from TCN's collection this season comes from a winter storm before the coast, a hard and windy storm.

As for form, this season the gentler volumes stand out in blanket-coats as warm enveloping reference garments. Pencil skirts and very short minis in all fabrics make a comeback. Pants become knitwear, all the classic versions such as chinos and pleated appear in fabrics such as plush or bullet-knit: Baggy taken to the extreme.

In terms of color what stands out are strong splashes on a bottle green, navy blue or burgundy base, but classic TCN colors such as anthracite, white or makeup white are still present. The prints are very sharp but shirt stripes in all versions dominate, and plaid is the starring print, and spots.

Prints like ceramics, dandy, tartan or chintz in corsetry, combined with rich sumptuous fabrics like velour or plumetti in flat tones. As for forms the culotte remains the star garment which together with the triangle bra, form the perfect team for a feminine silhouette.

29 · 01 · 2014 - 13.30h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



Marca pròpia des del 2004 i dissenyadora de la línia femenina de Neil Barrett des del 2003. El 2010 desfila com a convidada al On/Off de la London Fashion Week. El 2009 és finalista de la LICC (London International Creative Competition). El 2008 és inclosa al llibre 100 new fashion designers (Ed. Laurence King - Londres). El 2007 és finalista dels Mango Fashion Awards "El Botó". És finalista del concurs Gen Art New York Fashion Awards. És inclosa al llibre European Young Fashion Designers (Ed. Daab - Alemanya). El 2006 guanya el premi Barcelona és moda al millor professional del sector. Representa Espanya a l'European Young Fashion Summit (Viena). El 2005 guanya el premi Lancôme com a millor dissenyador jove de l'any de la Passarel·la Gaudí. El 2004 s'obre al mercat internacional a través del showroom de Daniele Ghiselli a Milà. Comença a participar a la Barcelona Fashion Week. El 2003 és l'estudiant de moda més prometedora d'Itàlia, segons la Camera della Moda Italiana. El 2002 obté una beca per cursar el màster en disseny de moda a la Domus Academy (Milà). És finalista als Onward Tokyo Grand Prix Fashion Awards. És llicenciada en Belles Arts per la Universitat de Barcelona i realitza la primera exposició d'obra gràfica a la galeria Belles Arts de Sabadell.

Marca propia desde el 2004 y diseñadora de la línea femenina de Neil Barrett desde el 2003. En el 2010 desfila como invitada en el On/Off de la London Fashion Week. En el 2009 es finalista de la LICC (London International Creative Competition). En el año 2008 se la incluye en el libro 100 new fashion designers (Ed. Lawrence King - Londres). En el 2007 es finalista de los Mango Fashion Awards "Premio Botón". Es finalista del concurso Gent Art New York Fashion Awards. Se la incluye en el libro European Young Fashion Designers (Ed. Daab - Alemania). En el 2006 gana el premio "Barcelona es moda" al mejor profesional del sector. Representa a España en el European Young Fashion Summit (Viena). En el 2005 gana el premio Lancôme como mejor diseñador joven del año en la Pasarela Gaudí. En el 2004 se abre al mercado internacional a través del showroom de Daniele Ghiselli en Milán. Empieza a participar en la Barcelona Fashion Week. En el 2003 es la estudiante de moda más prometedora de Italia, según la Camera della Moda Italiana. En el 2002 obtiene una beca para cursar el máster en diseño de moda en la Domus Academy (Milán). Es finalista en los Onward Tokyo Grand Prix Fashion Awards. Es licenciada en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona y realice la primera exposición de obra gráfica en la galería de Belles Arts de Sabadell.

Own brand since 2004 and designer of Neil Barrett women's line since 2003. 2010: Parades invited to the On / Off at London Fashion Week. 2009: Finalist at LICC (London International Creative Competition). 2008: Included in the book " 100 new fashion designers" (Ed. Laurence King - London) 2007 finalist Mango " The Button " Fashion Awards. Finalist Gen Art New York Fashion Awards. Named in the book " European Young Fashion Designers " (Ed. Daab - Germany) 2006: Prize "Barcelona is fashion " to the best professional in the sector. Represents Spain in European Young Fashion Summit (Vienna). 2005: Lancôme Award for best young designer of the year at the Gaudí parade. 2004: Opens international market through Daniele Ghiselli showroom in Milan . Begins to participate in the Barcelona Fashion Week. 2003: Most promising fashion student according to the Camera della Moda Italiana. 2002: Scholarship to study MA in fashion design at the Domus Academy (Milan) Finalist at the Onward Tokyo Grand Prix Fashion Awards. Bachelor of Fine Arts from the University of Barcelona. First exhibition of graphic art in the Sabadell gallery of Fine Arts.



txell miras

RETRATS

És una col·lecció basada en el blanc i el negre, amb tocs de blau elèctric i de gris platejat.

Presenta un contrast de teixits, des de llanes i cotons, que provenen d'un món natural, fins a polièsters i neoprens, que reflecteixen un món més tecnològic, futurista i artificial.

En les siluetes i els volums es combinen formes de segles passats i altres de contemporànies. Transmet un ambient oriental, amb certs tocs barrocs, però depurats mitjançant un filtre de sobrietat contemporània.

Hi ha accessoris fets a mà i de punt, a partir de les restes de teixits de circular de lycra (trapillo), on es torna a entreveure aquesta unió de termes oposats, entre una manufactura tradicional i els materials tècnics.

Finalment, la posada en escena d'aquests retrats reflectirà una solitud desangelada i freda, que és, en definitiva, el que pretén transmetre la col·lecció.

RETRATOS

Es una colección basada en el blanco y el negro, con toques de azul eléctrico y de gris plateado.

Presenta un contraste de tejidos, desde lanas y algodones, que provienen de un mundo natural, hasta poliésteres y neoprenos, que reflejan un mundo más tecnológico, futurista y artificial.

En las siluetas y los volúmenes se combinan formas y siluetas de siglos pasados y otras contemporáneas. Transmite un ambiente oriental, con ciertos toques barrocos, pero depurados mediante un filtro de sobriedad contemporánea.

Hay accesorios hechos a mano y de punto, a partir de los restos de tejidos de circular de lycra (trapillo), donde se vuelve a entrever esta unión de términos opuestos, entre una manufactura tradicional y los materiales técnicos.

Finalmente, la puesta en escena de estos retratos reflejará una soledad desangelada y fría, que es, en definitiva, lo que pretende transmitir la colección.

PORTRAITS

A collection based on black and white with touches of electric blue and silver gray.

Presenting a contrast of fabrics, from cotton and wool of the natural world to polyester and neoprene representing a more technological and futuristic artificial world.

In silhouettes and volumes, forms of past centuries and contemporary ones are combined. Transmitting an oriental atmosphere with some baroque touches but refined through a contemporary filter of sobriety.

There are handmade accessories, knitwear made from circular Lycra offcuts, where we once again glimpse the union of opposites in the combination of traditionally fabricated and modern technical materials.

Finally, the staging of these portraits will reflect a soulless cold solitude, which is ultimately what the collection is intended to convey.

Z A Z O & B R U L L

30 · 01 · 2014 - 16.00h

DISSENYADOR

DISEÑADOR

DESIGNER



Xavier Zazo i Clara Brull són els dissenyadors de l'avantguardista marca catalana de moda femenina zazo&brull. Van començar la seva marxa professional l'any 2000, amb desfilades a la Passarel·la Gaudí. Més tard, van participar al saló SIMM de Madrid i, l'any 2003, van anar a la International Fashion Fair de Tòquio i van començar a vendre a escala internacional.

Actualment, compten amb una botiga pròpia a Barcelona i amb diversos punts de venda a botigues multimarca. A més, tenen la seva pròpia botiga online. Xavier Zazo i Clara Brull constitueixen un tàndem únic a l'hora d'experimentar amb els volums i amb la contraposició entre teixits armats i teixits volàtils. Les seves col·leccions es caracteritzen per unes propostes precursors, íntegrament realitzades en tallers espanyols, que presumeixen d'una gran cura pels detalls. Gràcies a la seva desbordant imaginació, recreen en cada col·lecció la seva particular visió del romanticisme, no exempta de certs matisos foscos.

Xavier Zazo y Clara Brull son los diseñadores de la vanguardista marca catalana de moda femenina zazo&brull. Empezaron su andadura profesional el año 2000, con desfiles en la Pasarela Gaudí. Más tarde, participaron en el salón SIMM de Madrid y, el año 2003 fueron a la International Fashion Fair de Tokio, empezando a vender a escala internacional.

Actualmente cuentan con una tienda propia en Barcelona y diversos puntos de venta en tiendas multimarca. Además, tienen su propia tienda online. Xavier Zazo y Clara Brull constituyen un tándem único a la hora de con los volúmenes y con la contraposición entre tejidos armados y tejidos volátiles. Sus colecciones se caracterizan por unas propuestas precursoras, íntegramente realizadas en talleres españoles, que presumen de un gran cuidado en los detalles. Gracias a su desbordante imaginación, recrean en cada colección su particular visión del romanticismo, no exenta de ciertos matices oscuros.

Xavier Zazo and Clara Brull are the designers of the avant-garde Catalan women's fashion brand zazo&brull. They began their professional career in 2000 with parades on the Gaudí catwalk. Later, they participated in the event SIMM in Madrid and in 2003 attended the International Fashion Fair in Tokyo and started selling internationally.

Currently, they have a shop in Barcelona and several outlets in multi brand stores. They also have their own online store. Xavier and Claire form an incomparable duo when experimenting with volumes and the contrasts between structured and volatile fabrics. Their collections are characterized by precursory proposals made entirely in Spanish workshops with obvious great attention to detail. Thanks to their unbridled imagination, they recreate in every collection their particular vision of romance, not without certain dark nuances.

Dissenyador / Diseñador / Designer: Xavi Zazo i Clara Brull
Marca comercial / Commercial brand: Zazo&Brull
Adreça / Dirección / Address: c / Mallorca 315. 08037 Barcelona
T. + 34 934 239 786

www.zazobrull.com · zazobrull@zazobrull.com
Facebook: <https://www.facebook.com/zazoandbrull>

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



zazo & brull

— barcelona —

THE END AUTUMN-WINTER 2014/15

No em trobo

No hi veig

No hi ets

THE END AUTUMN-WINTER 2014/15

No me encuentro

No veo

No estás

THE END AUTUMN-WINTER 2014/15

I can't find myself

I can't see

You aren't here

A L D O M A R T I N S

29 · 01 · 2014 - 12.00h

MARCA

MARCA

BRAND

Comença la seva trajectòria empresarial el 1975, sota el guiatge del seu fundador, Martí Bisbal. Vint anys després, es construeix la seva seu actual, barreja de tradició i de maquinària tèxtil d'última generació. És a partir del 1998 quan comença el seu trajecte internacional en el prêt-à-porter de París.

En els últims 15 anys, aquesta empresa familiar ha mantingut un esperit jove i dinàmic que li ha permès satisfer les necessitats d'un mercat cada vegada més exigent. El 80% de les vendes són per al mercat internacional; la marca està present en més de 1.600 punts de venda a tot el món.

Malgrat la seva ràpida expansió, segueix mantenint el seu esperit creatiu i de servei de qualitat com a base principal del negoci, i fabrica el 100% de la seva producció a Barcelona.

Núria Bisbal neix a Igualada, ciutat amb una llarga tradició tèxtil. Des de ben petita demostra aptituds pel dibuix i creix influenciada pel disseny del gènere de punt gràcies al seu pare, fundador de la marca Aldomartins. Es forma a Barcelona, a l'Escola d'Arts i Tècniques de la Moda, i obté el títol universitari BA Honors Fashion Design per la Universitat de Southampton. L'any 1997 s'incorpora a l'empresa familiar i lidera, fins a l'actualitat, l'àmbit creatiu de la marca.

Núria Bisbal nace en Igualada, ciudad con una larga tradición textil. Desde bien pequeña demuestra aptitudes para el dibujo y crece influenciada por el diseño de género de punto gracias a su padre, fundador de la marca Aldomartins. Formada en Barcelona,

Aldo Martin S.A. empieza su trayectoria empresarial en 1975 con Martí Bisbal, su fundador. Veinte años después, se construye su sede actual, mezcla de tradición y maquinaria textil de última generación. A partir de 1998 comienza su andadura internacional en el prêt-à-porter de París.

En los últimos 15 años, esta empresa familiar ha mantenido su espíritu joven y dinámico que les ha permitido satisfacer las necesidades de un mercado cada vez más exigente. El 80% de las ventas son para el mercado internacional; la marca está presente en más de 1600 puntos de venta en todo el mundo.

A pesar de su rápida expansión, sigue manteniendo su espíritu creativo y de servicio de calidad, como base principal de su negocio, fabricando el 100% de su producción en Barcelona.

en la Escuela de Artes y Técnicas de la Moda, obtiene el título universitario BA Honors Fashion Design por la University de Southampton. En el año 1997 se incorpora en la empresa familiar y lidera hasta la actualidad el ámbito creativo de la marca.

Núria Bisbal was born in Igualada, a city with a long tradition in textiles. From a very young age she showed an aptitude for drawing and grew up influenced by knitwear design thanks to her father, founder of the Aldomartins brand. Educated in Barcelona, at the School of Arts and Fashion Techniques, she earned her BA Honors in fashion design from the University of Southampton. In 1997 she joined the family business and heads the creative aspects of the brand to this day.

Aldo Martin S.A. is founded by Martí Bisbal in 1975 and commences its business trajectory. The current center of operations, a blend of traditional and state-of-the-art textile technology, was constructed in 1995. In 1998 Aldo martins starts its international venture in prêt-à-porter, in Paris.

Over the last 15 years, the family business, has retained its youthful dynamic spirit. Reflecting this spirit, currently 80% of sales are to the international market and Aldomartins is present in over 1500 prestigious sales points throughout Europe.

In spite of its quick growth, Aldomartins preserves the creative spirit and a high level of service as core values of the business, producing 100% of its garments in Barcelona





aldomartins

DESIGNED AND MADE IN BARCELONA

Wild Side

L'esperit dels anys 70 impregna aquesta nova col·lecció inspirada en el mític Lou reed. Transgressió, llibertat, disconformitat. Aldomartins conquista l'asfalt amb looks eclèctics que mesclen motius ètnics, florals, geomètrics, tartans i animal prints. El vermell, el camel i el negre banyen de matisos la nova proposta Tardor-Hivern 2014/2015. Una mescla explosiva plena de colors i contrastos.

Pantalons campana, mini vestits rectes, vestits llargs fins al terra, jerséis crop top...conformen un nou codi masculí-femení que convida a caminar amb fermesa pel costat més salvatge de la vida.

Wild Side

El espíritu de los 70's se impregna en esta nueva colección inspirada en el mítico Lou Reed. Transgresión, libertad y disconformidad. Aldomartins conquista el asfalto con looks eclécticos que mezclan motivos étnicos, florales, geométricos, tartanes y animal print. El rojo, el camel y el negro bañan de matices la nueva propuesta Otoño-Invierno 2014/2015. Una mezcla explosiva llena de color y contrastes.

Pantalones campana, mini vestidos rectos, vestidos largos hasta el suelo, jerséis crop top... conforman un nuevo código masculino-femenino que invita a andar con firmeza por el lado más salvaje de la vida.

Wild Side

The 70's spirit coats this new collection inspired in legendary Lou Reed. Transgression, freedom, disconformity. Aldomartins conquers the asphalt with eclectic looks mixing ethnic, floral, geometric and tartan motifs, and animal prints. Red, Camel and Black fill with shades New FW 2014-2015 designs. An explosive blend full of colors and contrasts.

Bell-bottoms, straight mini dresses, long dresses, Crop tops...are part from a new Masculine-Feminine code which invites to walk firmly on the life wild side.

B Ó B O L I

29 · 01 · 2014 - 10.30h

MARCA

MARCA

BRAND

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

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

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

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

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

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

Marca comercial / Commercial brand: BÓBOLI

Adreça / Dirección / Address:

Av. President Companys, 16. 08302 MATARÓ

T. + 34 937 982 000

www.boboli.es · startextil@boboli.es

<https://www.facebook.com/boboliclub>

<https://twitter.com/BoboliFashion>

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



I LOVE NY

Per a aquesta nova passarel·la de Barcelona, Bóboli presenta una col·lecció sòbria i elegant, inspirada en la glamurosa ciutat de Nova York, tant en els grans edificis i els teatres de Broadway, com en els skaters i els grafitaires més rebels. El colorit recorre tota la gamma dels grisos, amb el vermell com a toc de color i el blanc que hi dóna un toc de llum.

Les peces es presenten molt riques i treballades, i es combinen amb superposicions. Tant en punt com en plana, presentem peces i complements tant per a nenes com per a nens.

I LOVE NY

Para esta nueva pasarela de Barcelona, en Bóboli presentamos una colección sobria y elegante, inspirada en la glamurosa ciudad de Nueva York. Tanto en los grandes edificios y los teatros de Broadway, como en los skaters y grafiteros más rebeldes. El colorido recorre toda la gama de los grises, con el rojo como toque de color y el blanco dando un toque de luz.

Las prendas se presentan muy ricas y trabajadas, y se combinan con superposiciones. Tanto en punto como en plana presentamos prendas y complementos tanto para niñas como para niños.

I LOVE NY

For this new parade in Barcelona, Bóboli present a simple and elegant collection inspired by the glamorous city of New York, as much by the great buildings and the theaters of Broadway as by the most rebellious skaters and graffiti artists. Hues run the gamut of gray with red adding touches of color and white touches providing light.

The garments are very rich and worked and feature combined overlays. We present garments and accessories for girls and boys in both knitwear and flat woven fabric.

C Ó N D O R

29 · 01 · 2014 - 10.30h

MARCA

MARCA

BRAND

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

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

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

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

Cóndor es una marca catalana que data de 1898 y un referente en cal·ceteria. Desde hace 6 años presenta colecciones “look total” en moda infantil de 0 a 14 años.

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

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

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

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

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

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

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

Marca comercial / Commercial brand: CÓNDOR

Adreça / Dirección / Address:

Rial De Sa Clavella, 89. 08350 Arenys de Mar, Barcelona

T. + 34 937 959 980

www.condor.es · mkt@condor.es

<https://www.facebook.com/condormodainfantil>

Twitter: <https://twitter.com/Condormoda>

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



BARCELONA
end
by **cóndor**

PAPALLONES D'HIVERN

... Poc conegudes però fascinants són les filles del fred, les papallones d'hivern...

Ens hem inspirat amb aquestes papallones de colors vistosos i refinats. Hem fet la fusió dels terrosos amb els blaus de las tardes d'hivern, el color del gel amb el vermell de la sang, el gris fosc de les muntanyes a la nit amb espurnes d'estrelles brillants que ens inviten a somiar amb les ales de les papallones, delicades i elegants com la nostra col·lecció de línies senzilles, però molt còmodes de portar, on les nostres nenes i els nostres nens es sentiran que són tan lleugers... que fins i tot podran volar!

MARIPOSAS DE INVIERNO

... Poco conocidas pero fascinantes son las hijas del frío, las mariposas de invierno...

Nos hemos inspirado en estas mariposas de colores vistosos y refinados. Hemos hecho la fusión de los terrosos con los azules de las tardes de invierno, el color del hielo con el rojo de la sangre, el gris oscuro de las montañas en la noche con los destellos de las estrellas brillantes que nos invitan a soñar con las alas de las mariposas, delicadas y elegantes como nuestra colección de líneas sencillas, pero muy cómodas de llevar, donde nuestras niñas y niños se sentirán que son tan ligeros... que incluso podrán volar!

WINTER BUTTERFLIES

... Little known but fascinating are the daughters of cold, the winter butterflies...

We have been inspired by these butterflies of bright and refined colors. We've made the fusion of earthy colors with the blues of winter evenings, the color of ice with the blood red, the dark grey of the mountains at night with the flashes of bright stars, which invite us to dream with butterfly wings, delicate and elegant, as our simple lines collection, but very comfortable to wear, where our children will feel so weightless, as if they could even fly!

D E S I G U A L

28 · 01 · 2014 - 21.00h

MARCA

MARCA

BRAND

Desigual neix el 1984 i, des dels seus inicis, s'ha caracteritzat pels seus dissenys diferenciats, optimistes i plens de color. "La vida es chula" és el crit de guerra de la marca, un lema entusiasta, estimulante, positiu i optimista, una veritable declaració d'intencions. És la frase que explica la raó de ser de Desigual, una manera de pensar que va inevitablement, marcada, per l'esperit mediterrani, el sol, la llum, la passió i les ganas de viure. Una filosofia vital que es reflecteix en una manera de vestir divertida, fresca i original.

Desigual aposta sempre per una actitud alegre, lúdica i creativa. Amb seguretat, sense por de ser un mateix. A Desigual no s'hi fa moda, s'hi fan peces amb emoció. La roba afecta l'estat d'ànim i per aquest motiu els dissenys de Desigual estan pensats per alliberar endorfines i per generar energia i bon humor.

Desigual compta, actualment, amb una presència al món de 380 botigues de venda al detall, 9.000 botigues multimarca i 2.200 còrners en grans magatzems de 109 països, i compta amb una plantilla formada per 3.800 persones de 85 nacionalitats diferents. Desigual va vendre, durant l'any 2012, més de 22 milions de peces, a través dels seus diversos canals de venda a tot el món.

Desigual nace en 1984 y, desde sus inicios, se ha caracterizado por sus diseños diferenciados, optimistas y llenos de color. "La vida es Chula" es el grito de guerra de la marca, un lema entusiasta, estimulante, positivo y optimista, una verdadera declaración de intenciones. Es la frase que explica la razón de ser de Desigual, una forma de pensar que va, inevitablemente, marcada por el espíritu mediterráneo, el sol, la luz, la pasión y las ganas de vivir. Una filosofía vital que se refleja en una forma de vestir: divertida, fresca y original.

Desigual apuesta siempre por una actitud alegre, lúdica y creativa. Con seguridad, sin miedo a ser uno mismo. En Desigual no se hace moda, se hacen prendas con emoción. La ropa afecta al estado de ánimo y por ese motivo los diseños de Desigual están pensados para liberar endorfinas, generar energía y buen humor.

Desigual cuenta en la actualidad con una presencia en el mundo de 380 tiendas retail, 9.000 tiendas multi-marca y 2.200 còrners en grandes almacenes en 109 países, y una plantilla formada por 3.800 personas de 85 nacionalidades diferentes. Desigual vendió durante el pasado año 2012 más de 22 millones de prendas a través de sus diferentes canales de venta en todo el mundo.

Desigual was born in 1984 and, since its inception, has been characterized by its distinct, optimistic and colorful designs. "Life is a blast" is the battle cry of the brand, an enthusiastic, inspiring, positive and optimistic slogan, a real statement of intent. Is the phrase that explains Desigual's raison d'être, a way of thinking that is inevitably colored by the Mediterranean spirit, sun, light, passion and the will to live. A philosophy of life that is reflected in a way of dressing: fun, fresh and original.

Desigual always subscribe to a cheerful, playful and creative attitude. Confident, without fear of being one-self. Desigual do not create fashion, we create stirring garments. Clothing affects mood and for that reason Desigual designs are conceived to release endorphins, generate energy and put one in a good mood.

Desigual currently has 380 retail stores around the globe, is present in 9,000 multi-brand stores and 2,200 corners in department stores in 109 countries and a workforce of 3,800 people of 85 different nationalities. Last year (2012), Desigual sold more than 22 million garments through its various sales channels worldwide.

Marca comercial / Commercial brand: **DESIGUAL**

Adreça / Dirección / Address:

Passeig Mare Nostrum, 15. 08039 Barcelona

T. + 34 933 043 164

www.desigual.com/es_ES · cristina.gispert@interprofit.es

www.facebook.com/Desigual

Twitter: <https://twitter.com/Desigual>

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



TARDOR-HIVERN 2014/15 "WHY?"

Desigual desafia amb la seva col·lecció "WHY?". És una invitació a provocar la curiositat, a redescobrir allò que ens envolta i allò que som, a través d'una col·lecció més reflexiva i valenta que mai.

OTOÑO-INVIERNO'2014/15 "WHY?"

Desigual desafia con su colección "WHY?". Una invitación a provocar la curiosidad, redescubrir lo que nos rodea y lo que somos, a través de una colección más reflexiva y valiente que nunca.

FALL-WINTER'2104/15 "WHY?"

Desigual challenges us with its collection "WHY?". An invitation to awaken curiosity, rediscover what surrounds us and what we are, through a more thoughtful and courageous collection than ever.

ESCORPION

30 · 01 · 2014 - 13.30h

MARCA

MARCA

BRAND

Fundada el 1929, escorpion va revolucionar la roba de punt i va reinventar una dona lliure, femenina i amb actitud. Fins al dia d'avui, l'equip creatiu ha sabut barrejar, amb exquisidesa i contemporaneïtat, el saber fer de la casa, s'ha adaptat a les tendències marcades per la moda i ha aconseguit un estil propi.

“Reinventar-se cada dia sense perdre l'ànima, mirant amb uns nous ulls el llegat de l'ahir per convertir-lo en el demà.”

Sybille Horaist Gramaglia.

Va néixer i créixer a París, i des de la seva infància va tenir la certesa que volia treballar al món de la moda. Va iniciar els seus estudis a l'Esmod i es va graduar a la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne. A la capital francesa, va començar a col·laborar amb Christian Lacroix i Georges Rech, i d'allà va venir a Barcelona i es va incorporar a Inditex. Actualment, Sybille Gramaglia és la directora artística d'escorpion, firma de moda amb un extraordinari llegat, a la qual aporta aire fresc i noves formes.

Fundada en 1929, escorpion revolucionó la moda en punto reinventando a una mujer libre, femenina y con actitud. Hasta el día de hoy, el equipo creativo ha sabido mezclar, con exquisitez y contemporaneidad, el savoir-faire de la casa adaptándose a las tendencias marcadas por la moda, logrando un estilo propio.

“Reinventarse cada día sin perder el alma, mirando con nuevos ojos el legado del ayer para convertirlo en el mañana “.

Sybille Horaist Gramaglia.

Nació y creció en París, y desde su infancia tuvo la certidumbre que quería trabajar en el mundo de la moda. Inició sus estudios en Esmod y se graduó en la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne. En la capital francesa empezó a colaborar con Christian Lacroix, Georges Rech y de allí vino a Barcelona, donde se incorporó a Inditex. En la actualidad, Sybille Gramaglia es la directora artística de escorpion, firma de moda con un extraordinario legado donde aporta aire fresco y nuevas formas.

Founded in 1929, escorpion revolutionized knitwear fashion by reinventing a free, feminine and feisty woman. In all this time, the creative team has managed to mix the savoir-faire of the house with contemporary refinement, adapting to fashion trends and thereby achieving a unique style.

“Reinventing oneself every day without losing one's soul; looking at the legacy of yesterday with fresh eyes to transform it into tomorrow.”

Sybille Horaist Gramaglia.

Born and raised in Paris and from childhood was certain she wanted to work in the fashion world. She began her studies at Esmod and graduated from the Chambre Syndicale de la Couture Parisienne. In the French capital she began collaborating with Christian Lacroix, Georges Rech and from there came to Barcelona, where she joined Inditex. Currently, Sybille Gramaglia is the artistic director of escorpion, fashion brand with an extraordinary legacy to which she brings fresh air and new forms.

Marca comercial / Commercial brand: **escorpion**

Adreça / Dirección / Address:

c / València, 229 Ppal. 08007. Barcelona

T. + 34 938 030 500.

www.escorpion.com · info@escorpion.com

www.facebook.com/escorpionstudio · https://twitter.com/escorpion_54

Pinterest: [escorpion1954](#) · Youtube: [escorpionvideos](#)

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



escorpion

RHAPSODY

rapsòdia SF (del llatí “rapsodia”, del grec “rhapsodía”)

1 f Tros d'un poema; especialment dels d'Homer.

2 Peça musical composta amb fragments d'altres obres o sobre motius populars.

3 Reunió de trossos o de sentències de diversos autors.

4 Simfonia urbana formada per fragments d'utopies, vivències i camins dispars. *escorpion

RHAPSODY

rapsodia SF (del lat. “rapsodia”, del gr. “rhapsodía”)

1 f. Trozo de un poema; especialmente de los de Homero.

2 Pieza musical compuesta con fragmentos de otras o sobre motivos populares.

3 Reunión de trozos o sentencias de distintos autores.

4 Sinfonía urbana formada por fragmentos de utopías, vivencias y caminos dispares. *escorpion

RHAPSODY

rhapsody: noun (from Latin. “Rhapsodia”, from Greek. “Rhapsôidia”)

1 *Portion of an epic poem, especially Homer.*

2 *Musical piece composed of fragments of others or on popular motifs.*

3 *Composition of chunks or sentences from different authors.*

4 *Urban Symphony formed by fragments of utopias, experiences and disparate paths. *escorpion*

M A N G O

27 · 01 · 2014 - 20.00h

MARCA

MARCA

BRAND

MANGO, la marca de moda espanyola amb més projecció internacional, va obrir la primera botiga l'any 1984 al Passeig de Gràcia de Barcelona. Actualment, compta amb més de 2.000 botigues a 105 països. És la segona empresa exportadora de moda d'Espanya i el seu concepte es basa en l'aliança entre un producte de qualitat, que segueix les últimes tendències, i un preu assequible. La seva imatge de marca es veu reforçada pels punts de venda, que constitueixen la seva carta de presentació i creen un ambient dinàmic adient per a la personalitat del client.

MANGO, la marca de moda española con más proyección internacional, abrió su primera tienda en 1984 en el Paseig de Gràcia de Barcelona. Actualmente, cuenta con más de 2 000 tiendas en 105 países. Es la segunda empresa exportadora de moda de España y su concepto se basa en la alianza entre un producto de cualidad, que sigue las últimas tendencias, y a un precio asequible. Su imagen de marca se ve reforzada por sus puntos de venta, que constituyen su carta de presentación i crean un ambiente dinámico adecuado para la personalidad del cliente.

MANGO, the Spanish fashion brand with the most far-reaching international projection opened its first store in 1984 on the central Passeig de Gràcia boulevard in Barcelona. They currently have more than 2,000 stores in 105 countries. They are the second biggest exporting fashion-house in Spain, their concept being based on the alliance between a quality product that follows the latest trends, and an accessible price. Their brand image is always reinforced via their sales points that serve a dual purpose as their calling-card and by creating a dynamic feel right for the personality of the customer.

Marca comercial / Commercial brand: MANGO

Adreça / Dirección / Address: c / Mercaders, 9-11 (Pol. Ind. Riera de Caldes)

08184 Palau-Solità i Plegamans, Barcelona

T. + 34 938 602 222

www.mango.com · ninona.vila@mango.com

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION

H.I.E.
BY MANGO

MANGO
Kids



MANGO
BARCELONA

Reducir a lo esencial. Aquesta és la màxima de la presentació per la col·lecció de MANGO Primavera/Estiu 2014. Així doncs, aquesta temporada es sintetitzen els dissenys i s'aposta per les creacions minimalistes en busca dels detalls més especials.

Una declaració d'estil on la recerca de l'essència i la tendència sport demostren una clara inspiració en els anys 90. Looks que ressalten la individualitat de l'època i el gust per la simplicitat i la comoditat.

Reducir a lo esencial. Esta es la máxima de la presentación para la colección de MANGO Primavera Verano 2014. Así, esta temporada se sintetizan los diseños y se apuesta por creaciones minimalistas en busca de los detalles más especiales.

Una declaración de estilo donde la búsqueda de la esencia, y la tendencia sport, demuestran la evidente inspiración en los años 90. Looks que resaltan la individualidad de la época y el gusto por la simplicidad y la comodidad.

Reducing right down to the essential. This is the presentation motto for the MANGO collection Spring/Summer 2014. This season therefore, the designs are synthesized with the brand throwing their weight behind minimalist creations in search of those most special details.

A declaration of style where the constant search for essence and a certain sport tendency demonstrate a clear 90s influence. Looks that emphasize the individual from the period and a certain liking for simplicity and comfort.

NAULOVER

30 · 01 · 2014 - 11.30h

MARCA

MARCA

BRAND

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

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

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

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

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

Cuenta con una flagship inaugurada en el año 2012 junto al Paseo de Gracia en Barcelona y con una red de más de 600 clientes multimarca. Asimismo distribuye sus colecciones a través de corners en el Corte Inglés y exporta a países como Italia, Reino Unido, Portugal, USA, Alemania, Bélgica, además del canal de venta online (www.naulover.com/shop).

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

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

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

Marca comercial / Commercial brand: NAULOVER

Adreça / Dirección / Address:

c / Muntaner, 240 2n 2a. 08021, Barcelona

T. + 34 934 877 318

www.naulover.com · javier@naulover.com

<https://es-es.facebook.com/naulover> · <https://twitter.com/Naulover>

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



Naulover
1957

UN PUNK A LA CORT AUSTRIACA

El món elegant de Naulover es trastoca dins de l'estètica d'Elizabeth d'Àustria, i es barreja amb el punk més radical. Les crestes amb plomes es barregen amb el punt tradicional de la casa, les xarxes de tul oculten cares tacades amb llavis negres. Una bellesa inquietant, que sorgeix del color blau cian i de tota la gamma dels roses, de vestits de llargades impossibles, de teixits de punt amb acabaments delicats... Torbadora i sensual Naulover. Més clàssica que mai, per resultar increïblement moderna!

UN PUNK EN LA CORTE AUSTRIACA

El mundo elegante de Naulover se trastoca dentro de la estética de Elizabeth de Austria, mezclada con el punk más radical. Las crestas con plumas se mezclan con el punto tradicional de la casa, las redes de tul ocultan caras manchadas con labios negros. Una inquietante belleza, que surge de los colores azul cian y toda la gama de los rosas, vestidos de larguras imposibles, tejidos de punto con delicados remates... Turbadora y sensual Naulover. Más clásica que nunca, para resultar increíblemente moderna!!!

A PUNK IN THE COURT OF AUSTRIA

The elegant world of Naulover is turned upside down within the aesthetics of Elizabeth of Austria, mixed with the most radical punk. Crest with feathers are mixed with the traditional knitwear of the house, tulle mesh hides faces stained with black lips. A haunting beauty that arises from cyan blue and the full gamut of pinks, impossibly long dresses, knits with delicate finishes .. disturbing and sensual Naulover. More classic than ever to be incredibly modern!!!

PUNTO BLANCO

31 · 01 · 2014 - 12.00h

MARCA

PUNTO BLANCO, líder en el mercado de calcetines es una empresa fundada en 1948 en Igualada, en la misma ubicación donde hoy más de 300 personas siguen fabricando calcetines con el mismo rigor y los mismos estándares de calidad que le han proporcionado el reconocimiento de varias generaciones de consumidores.

Hoy PUNTO BLANCO presenta junto a TEIXIDORS su colección otoño-invierno 2014 de UNDERWEAR, con diseños novedosos y materias exclusivas acompañada del producto imprescindible de la marca, los CALCETINES.

MARCA

TEIXIDORS és una cooperativa tèxtil catalana dedicada a la fabricació d'artesanies fetes a ma. Va ser fundada el 1983 a Terrassa (Barcelona) i dissenya, produeix i comercialitza complements artesanals per a la llar i per a vestir únicament en materials naturals. L'objectiu principal de TEIXIDORS deriva d'un concepte únic: la integració social i laboral de persones amb dificultats d'aprenentatge, treballant exclusivament amb telers manuals. Aquestes característiques han creat en un mercat altament competitiu un producte únic i una manera de combinar la seva activitat social, el credo en el que la companyia fou fundada. TEIXIDORS explora la natura a la recerca d'inspiració. Només treballant amb materials naturals poden conservar-se i millorar-se les seves característiques innates. Això és el que defineix els dissenys dels productes de TEIXIDORS; creacions que tenen el desig de durar tant estèticament com material. TEIXIDORS col·labora amb Punto Blanco i la seva col·lecció de roba interior a la fira 080 Barcelona Fashion, amb accessoris de moda i plaids de Teixidors, que combinin amb la qualitat i el disseny de la roba interior.

MARCA

PUNTO BLANCO, líder del mercat de mitjons, és una empresa fundada el 1948 a Igualada, a la mateixa ubicació on avui més de 300 persones continuen fabricant mitjons amb el mateix rigor i els mateixos estàndards de qualitat que li han proporcionat el reconeixement de diverses generacions de consumidors.

Avui PUNTO BLANCO presenta en col·laboració amb TEIXIDORS la seva col·lecció tardor - hivern 2014 d'UNDERWEAR amb dissenys novetosos i matèries exclusives acompanyada del producte imprescindible de la marca, els MITJONS.

MARCA

TEIXIDORS es una cooperativa textil catalana dedicada a la fabricación de artesanías hechas a mano. Fue fundada en 1983 en Terrassa (Barcelona) y diseña, produce y comercializa complementos de materiales naturales y artesanales de moda y para el hogar. El objetivo principal de TEIXIDORS deriva de un concepto único: la integración social y laboral de personas con dificultades de aprendizaje, trabajando exclusivamente con telares manuales. Estas características han creado, en un mercado altamente competitivo, un producto único y una manera de combinar la actividad social; el credo en la que la compañía fue fundada. TEIXIDORS explora la naturaleza en busca de inspiración. Sólo trabajando con materiales naturales pueden conservarse y mejorarse sus características innatas. Esto es lo que define a los diseños de los productos de TEIXIDORS; creaciones que tienen el deseo de durar tanto estéticamente como en lo material. TEIXIDORS colabora con Punto Blanco y su colección de ropa interior en el 080 Barcelona Fashion, con accesorios de moda y plaids, que combinan con la calidad y el diseño de la ropa interior.

BRAND

PUNTO BLANCO, leader in the socks market, is a Company based in Igualada (Barcelona) since 1948, in the same location where today more than 300 people still make socks with the same rigor and the same quality standards that have provided the recognition of consumers for generations.

Today, PUNTO BLANCO performs with TEIXIDORS its fall-winter 2014 UNDERWEAR collection, with novel designs and exclusive materials accompanied by the essential product of the brand, the SOCKS.

BRAND

TEIXIDORS is a Catalan company dedicated to making craftsmanship. TEIXIDORS was founded in 1983 in Terrassa (Barcelona) as a textile cooperative to design, produce and commercialize house and fashion craft complements made out of natural materials only. TEIXIDORS main goal comes from a sole concept: improving economic independence and social integration for people with learning difficulties, working exclusively with manual looms. These features have created in a highly competitive market a unique product and one way to combine its social activity, the credo the company bases on. TEIXIDORS explores nature for inspiration. Only by working with natural materials, can be preserved and enhanced their innate characteristics. This is what defines the design of the products by TEIXIDORS; creations that have the desire to last aesthetically and materially. TEIXIDORS collaborates with Punto Blanco and their underwear collection on the 080 Barcelona Fashion Fair with fashion accessories and plaids, combining with the quality and design of the underwear.

Marca comercial / Commercial brand: PUNTO BLANCO

Adreça / Dirección / Address:

Av. Balmes, 16. 08700 Igualada, Barcelona

T. + 34 938 035 252

www.puntoblanco.com · info@puntoblanco.com

www.facebook.com/puntoblanco

twitter.com/puntoblanco

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



"EQUILIBRIUM"

La temporada que ve es barregen estils en un ambient Nòrdic – Mix & March, combinació i unió simultànies que, encara que siguin diferents, resulten harmòniques.

S'inventen lliurement noves formes i combinacions: el sport – casual – minimalista – chic conviuen d'una manera inesperada, un look contemporani i actual.

Les textures juguen en oposicions: efectes sorprenents, aconsegueixen a través de materials innovadors tactes extraordinaris. Matèries naturals i tècniques, mats i brillants, buscant l'equilibri entre ells. Embolcalla't còmodament i protegeix-te càlidament.

Subtils combinacions de color aconsegueixen una harmonia amb les seves diferents formes i proporcions.

El resultat, un agradable conjunt estètic per a estimular tots els sentits.

"EQUILIBRIUM"

La próxima temporada se mezclan estilos en un ambiente Nórdico – Mix & Match, combinación y unión simultáneos que, aunque diferentes, resultan acordes.

Se inventa libremente nuevas formas y combinaciones: el sport – casual – minimalista – chic conviven de una manera inesperada, un look contemporáneo y actual.

Texturas juegan en oposiciones: efectos sorprendentes, logran a través de materiales innovadores tactos extraordinarios. Materias naturales y técnicos, mates y brillantes, buscando equilibrio entre ellos. Envuélvete cómodamente & protégete cálidamente.

Sutiles combinaciones de color logran una armonía con sus diferentes formas y proporciones.

Su resultado, un agradable conjunto estético para estimular todos los sentidos.

"EQUILIBRIUM"

Next season styles are mixed in a Nordic environment – Mix & Match, combination and simultaneous binding, although different, are consistent.

New forms and combinations are freely invented: sport – casual – minimalist – chic living in an unexpected way, a contemporary and updated look.

Textures play in oppositions: amazing effects, achieved through innovative materials and special touches. Technical and natural raw materials, matte and shiny, looking for balance between them. Wrap yourself comfortably & protect yourself warmly.

Subtle color combinations achieve harmony with their different shapes and proportions.

The result, an aesthetically pleasing look to stimulate the senses.

SLAZENGER

31 · 01 · 2014 - 12.00h

MARCA

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

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

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

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

MARCA

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

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

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

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

BRAND

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

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

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

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

Marca comercial / Commercial brand: **SLAZENGER**
Adreça / Dirección / Address:
c / Bisbe Serra, 13 apartat 290. 17800 Olot. Girona
T. + 34 972 262 262

www.slazenger.com · pedidos@selecmoda.com

COL·LECCIÓ

COLECCIÓN

COLLECTION



Esperit anglès i herència esportiva

Per la nova edició de la 080 Barcelona Fashion, Slazenger, fidel a la seva herència esportiva, presenta una col·lecció d'esperit urbà, amb dissenys actualitzats que barregen les tonalitats de colors bàsics amb vermells i blaus, jerseis de llana amb punt anglès, i protagonisme de ratlles i quadres, també d'estampats a les camises.

Espíritu inglés y herencia deportiva

Para la nueva edición de 080 Barcelona Fashion, Slazenger, fiel a su herencia deportiva, presenta una colección de espíritu urbano, con diseños actualizados que mezclan las tonalidades de colores clásicos con rojos y azules, jerséis de lana con punto inglés, y protagonismo de rayas y cuadros, además de estampado en las camisas.

English spirit and sports heritage

For the new edition of the 080 Barcelona Fashion, Slazenger, loyal to his sport heritage, will show the urban spirit collection, with new designs that mixes basic colors with red and blue, wool sweaters with British polka, and main prominence of stripes and checkered; also prints in shirts.

Torras, fundada el 1951, ha basat la seva excel·lència en la innovació, en la passió i en l'autenticitat per dissenyar i fabricar peces de vestir, en què es combinen la pell i el punt. Aquesta forma d'entendre la moda, passa per incorporar els materials de més alta qualitat de pell, de cotó, de seda, de lli, de caixmir i de llana, amb els quals s'obtenen productes elegants i exclusius.

Torras dissenya per a l'home i per a la dona amants de la moda, dels viatges, del luxe serè, i que volen transmetre una imatge atractiva, dinàmica i amb personalitat.

L'empresa, ubicada a Caldes de Montbui, compta amb un equip de 40 persones, que fa possible que els processos de disseny, de creació, de prototipatge, de fabricació i de comercialització estiguin cuidats fins al mínim detall. La marca Torras és present en més de 50 països.

Torras, fundada el 1951, ha basado su excelencia en la innovación, la pasión y la autenticidad por diseñar y fabricar prendas de vestir, combinando la piel y el punto. Esta forma de entender la moda, pasa por incorporar los materiales de más alta calidad n piel, algodón, seda, lino, cachemira y lana, obteniendo productos elegantes y exclusivos.

Torras diseña para el hombre y para la mujer que gustan de la moda, los viajes, el lujo sereno, y quieren transmitir una imagen atractiva, dinámica y con personalidad.

La empresa, ubicada en Caldes de Montbui, cuenta con un equipo de 40 personas, que hace posible que los procesos de diseño, creación, prototipado, fabricación y comercialización, estén cuidados hasta el mínimo detalle. La marca Torras está presente en más de 50 países.

Torras, founded in 1951, has based its excellence on innovation, authenticity and a passion for designing and manufacturing clothing, combining leather and knitwear. This way of understanding fashion involves incorporating the highest quality materials in leather, cotton, silk, linen, cashmere and wool, obtaining exclusive and elegant products.

Torras designs for men and women who like fashion, travel, sober luxury, and who want to convey an attractive image and dynamic personality.

The company, located in Caldes de Montbui, has a team of 40 people, which makes it possible that the design processes, creation, prototyping, manufacturing and marketing, are taken care of with painstaking detail. The Torras brand is present in over 50 countries.

JUAN MABYE L C U O Juanma Granero Fernández (Barcelona, 1978)

Cursa els seus estudis de disseny de moda i d'estilisme d'indumentària a l'escola d'arts i oficis artístics Llotja de Barcelona, juntament amb alumnes com Txell Miras o Juan Antonio López.

Es desenvolupa com a estilista, i crea les seves primeres col·leccions i il·lustracions al taller de Josep Font, per a la seva marca d'alta costura i prêt-à-porter. També realitza treballs de patronatge per a diferents dissenyadors, feina que alterna amb tasques d'estilisme per a revistes nacionals i internacionals. Entre els anys 2004 i 2013, presenta nombroses col·leccions a les diferents passarel·les de Madrid, Cadis, València i Barcelona, i col·labora en l'escenificació de la desfilada de la col·lecció "Torras Black".

Cursa sus estudios de diseño de moda y estilismo de indumentaria en la escuela de artes y oficios artísticos Llotja de Barcelona, junto con alumnos como Txell Miras o Juan Antonio López.

Evoluciona como estilista, creando sus primeras colecciones e ilustraciones en el taller de Josep Font, para su marca de alta costura y prêt-à-porter. Realiza, también, trabajos de patronaje para diferentes diseñadores, faena que alterna con tareas de estilismo para revistas nacionales e internacionales. Entre los años 2004 y 2013, presenta numerosas colecciones en las diferentes pasarelas de Madrid, Cádiz, Valencia y Barcelona, colaborando en la escenificación del desfile de la colección "Torras Black".

He studies fashion design and styling of clothing at the Llotja School of arts and crafts in Barcelona, along with students like Txell Miras and Juan Antonio Lopez.

He develops as stylist, creating his first collections and illustrations in the workshop of Josep Font for his brand of haute couture and prêt-a-porter. He also does pattern designs for other clients, a job he juggles with styling for national and international magazines. Between 2004 and 2013, he presents many collections at various fashion shows in Madrid, Cadiz, Valencia and Barcelona, and collaborates in the staging of the parade for the "Torras Black" collection.



CAPRICIOUS by TORRAS

Olor de llibre vell, copa de licor, fusta mullada, gotes de pluja a la finestra, butaca antiga de vellut, calidesa, llar de foc, estampats bucòlics. A fora, asfalt, ciutat, olor de terra mullada, melancolia, fredor, el silenci d'un temps per viure.

El que t'agrada, el que no t'agrada; allà on et sents lliure, allà on et sents captiu. el teu propi caprici.

Torras proposa, per a l'hivern 14-15, una col·lecció d'inspiració barroca, neoclàssica, càlida, de tons marrons, bordeus i verds, però sempre formant part d'un entorn urbà, de negres, blaus i grisos, típics de les grans urbs. Contrastos entre calor i fred, dins i fora, dia i nit, classic i modern, ahir i avui, donen misticisme a aquest hivern. Els dos ambients es van barrejant constantment, en un equilibri de passat i futur. Contradiccions harmòniques entre la rigurositat i l'sportswear, entre el classicisme i la modernitat, entre la tradició i les noves avantguardes artístiques, inspirades en estampats i en barreges de colors. Aquestes, donen lloc a un ser i no ser, a un estar i no estar, a un sentir i no sentir. a la teva pròpia personalitat.

CAPRICIOUS by TORRAS

Olor a libro viejo, copa de licor, madera mojada, gotas de lluvia en la ventana, sillón antiguo de terciopelo, calidez, chimenea, estampados bucólicos. Fuera asfalto, ciudad, olor a tierra mojada, melancolía, frialdad, el silencio de un tiempo para vivir.

Lo que te gusta, lo que no te gusta, donde te sientes libre, o te sientes cautivo, tu propio capricho.

Torras propone para el invierno 14-15 una colección de inspiración barroca, neoclásica, cálida, de tonos marrones, burdeos, verdes... pero siempre formando parte de un entorno urbano, de negros, azules i grises, típicos de las grandes urbs. Contrastes entre calor y frío, dentro y fuera, día y noche, clásico y moderno, ayer y hoy, dan misticismo a este invierno. Los dos ambientes se van mezclando constantemente en un equilibrio de pasado y futuro. Contradicciones armónicas entre la rigurosidad y el sportswear, entre el clasicismo y la modernidad, entre la tradición y las nuevas avantguardas artísticas inspiradas en estampados y mezclas de colores, éstas dan lugar a un ser y no ser, a un estar y no estar, a un sentir y no sentir, a tu propia personalidad.

CAPRICIOUS by TORRAS

The smell of old books, a liqueur glass, damp wood, raindrops on the window, an old velvet armchair, warmth, hearth, bucolic prints. Outside, asphalt, city, odor of wet earth, melancholy, cold winter, the silence of a time to live.

What you like, what you don't, where you feel free, or you feel captive, your own capriciousness...

Torras proposes a collection of baroque inspiration for winter 14-15, neoclassical, warm, in shades of browns, greens, burgundys, but always forming part of an urban setting in the blacks blues and grays typical of large cities. Contrast between heat and cold, inside and outside, day and night, classic and modern, past and present lend an air of mysticism to this winter. these two settings mix in a constant equilibrium between past and future. Harmonious contradictions between rigor and sportswear, between the classical.

Y E R S E

30 · 01 · 2014 - 20.30h

MARCA

MARCA

BRAND

Yerse va ser fundada per Lluís Generó i Domènech, l'any 1964, a Sabadell, i ha liderat la moda de gèneres de punt durant molts anys.

Quaranta anys després, Yerse experimenta una gran transformació cap a la consecució d'uns objectius de negoci ambiciosos. Per això s'ha adaptat als nous temps i ha seguit una estratègia de diversificació de negoci, basada en el disseny i en la innovació.

Avui, les nostres col·leccions es venen a més de 1.200 punts de venda a Espanya i a la resta d'Europa. Es distribueixen a botigues multimarca, a dues botigues pròpies i a espais propis en grans magatzems, com El Corte Inglés.

Compta amb dues col·leccions de temporada, més dues edicions especials: "SuperSummer" i "SpecialEdition".

Yerse fue fundada por Lluís Generó i Domènech en 1964 en Sabadell, liderando la moda de géneros de punto durante muchos años.

Cuarenta años después, Yerse experimenta una gran transformación hacia la consecución de unos ambiciosos objetivos de negocio. Para ello, se ha adaptado a los nuevos tiempos, siguiendo una estrategia de diversificación de negocio basada en el diseño y la innovación.

Hoy, nuestras colecciones se venden en más de 1.400 puntos de venta en España y resto de Europa. Se distribuye en tiendas multimarca, tres tiendas propias y espacios propios en grandes almacenes como El Corte Inglés.

Cuenta con dos colecciones de temporada, más dos ediciones especiales SuperSummer y SpecialEdition.

Yerse was founded by Lluís Generó i Domènech in 1964 in Sabadell and was the leading knitwear brand for many years.

Forty years later, Yerse undergoes a major transformation towards the achievement of some very ambitious business objectives and in order to do so, has adapted to the new times, following a strategy of business diversification based on design and innovation.

Today our collection are sold through over 1 200 points of sale in Spain and the rest of Europe. We distribute through multi-brand stores, two stores of our own and brand spaces in department stores like El Corte Inglés.

We produce two seasonal collections, plus two special editions SuperSummer and SpecialEdition.

Yerse

SINCE 1964

OWN HERITAGE

Ens inspirem en el nostre patrimoni cultural, recomposem la tradició i ajuntem diferents elements de la nostra herència tèxtil. Austeritat campestre, que s'integra en la sobrietat metropolitana. Un estil de vida que anhela barrejar-se i submergir-se en la naturalitat, i que busca una harmonia amb el seu passat més tradicional, sense renunciar a la tecnologia que ens envolta.

Teixits de draperia tradicional, entrellaçats amb quadres tartans i brodats amb inspiració centreeuropea. Jerseis amb volums tricotats a mà, que es barregen amb teixits d'interlock amb un look més tècnic, tipus neoprè. Coexistència de teixits llanosos amb materials més tècnics. Dessuadores maquillades amb brodats, es converteixen en grans companyes del jersei, fets de fil amb aspectes calents i llanosos.

Estampats florals i, en especial, amb motius de roses, que actuen com el nou camuflatge urbà. Efectes desgastats i irregulars que es barregen amb teixits de quadres i d'efectes sedosos. Textures i motius extrems de la natura, amb tonalitats sordes i mudes, discretes i callades. Els tons grisosos es deixen sorprendre per tons vermellorsos i magentes. Tons terra que s'emboiquen, als telers, amb tons taronges i blaus apagats.

OWN HERITAGE

Nos inspiramos en nuestro patrimonio cultural recomponiendo la tradición, juntando distintos elementos de nuestra herencia textil. Austeridad campestre que se integra en la sobriedad metropolitana. Un estilo de vida que anhela mezclarse y sumergirse en lo natural y que busca una armonía con su pasado más tradicional, sin renunciar a la tecnología que nos envuelve.

Tejidos de pañería tradicional entrelazados con cuadros tartans y bordados con inspiración centro europea. Jerséis con volúmenes tricotados a mano que se entremezclan con tejidos de interlock con un look más técnico tipo neopreno. Coexistencia de tejidos lanosos con materiales más técnicos. Sudaderas maquilladas con bordados, se convierten en grandes compañeras del jersey, hechos con hilos con aspectos calientes y lanosos.

Estampados florales, y en especial de motivos rosales, que actúan como el nuevo camuflaje urbano. Efectos desgastados e irregulares que se mezclan con tejidos de cuadros y efectos sedosos. Texturas y motivos extraídos de la naturaleza con tonalidades sordas y mudas, discretas y calladas. Los tonos grises se dejan sorprender por tonos rojizos y magentas. Tonos tierra que se enredan, en los telares, con tonos naranjas y azulones apagados.

OWN HERITAGE

We draw on our cultural heritage re-composing tradition, gathering various elements of our textile heritage. Country austerity integrates with metropolitan sobriety. A lifestyle that longs to mingle with and immerse itself in the natural and seeks harmony with its more traditional past, without sacrificing the technology that surrounds us.

Traditional drapery fabrics interwoven with checkered tartans with a central European inspiration. Jumpers with hand knitted volumes that mix with interlock fabrics with a more technical, neoprene look. Coexistence of woolly fabrics with more technical material. Sweatshirts embellished with embroidery become great companions of jumpers made of yarns with a warm woolly look.

Floral prints, and especially rose motifs, which act as the new urban camouflage. Worn and irregular effects that are mixed with checkered fabrics and silky effects. Textures and patterns drawn from nature with muted, discreet and quiet tones. The gray tones are surprised by red and magenta tones. Earth tones that are entangled on the looms with muted oranges and blues.

El Clúster Tèxtil i Moda de Catalunya, és una organització sense ànim de lucre, d'àmbit català, de nova creació, que pretén integrar a totes les empreses que desenvolupen la seva activitat al voltant del negoci de la moda i tèxtil en Catalunya.

La finalitat principal de l'entitat és fomentar la competitivitat de les empreses del clúster tèxtil, confecció i moda de Catalunya mitjançant la cooperació entre empreses i professionals, la promoció de serveis i iniciatives d'internacionalització, formació, recerca, desenvolupament i innovació, així com qualsevol altre iniciativa orientada a la millora competitiva.

Les empreses que actualment formen part de clúster (Desembre 2013) són 101 i generen una facturació agregada de 1000 milions d'euros, tenen presència comercial en més de 200 països i ocupen a més de 5.000 professionals.

A Catalunya existeix un potent ecosistema tèxtil-moda format per més de 1.700 empreses i 100.000 professionals, incloent-hi la distribució tèxtil que representa el 4,6% del PIB industrial i el 1,49% del PIB general català. Aquest ecosistema s'estructura mitjançant empreses industrials, marques de moda, distribuïdors, escoles de disseny i un important talent creatiu que, en el seu conjunt, contribueixen al desenvolupament econòmic i social del país i a la imatge que donem a l'exterior.

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

El Cluster Textil y Moda de Cataluña, es una organización sin ánimo de lucro, que fue creada en el año 2011 y que pretende integrar todas las empresas que desarrollan su actividad alrededor del negocio de la moda y del textil en Catalunya.

La finalidad principal de la entidad es fomentar la competitividad de las empresas del clúster textil, confección y moda de Catalunya mediante la cooperación entre empresas y profesionales, la promoción de servicios e iniciativas de internacionalización, formación, investigación, desarrollo e innovación, así como cualquier otra iniciativa orientada a la mejora competitiva.

Las empresas que actualmente forman parte del clúster (Diciembre 2013) son 101 y generan una facturación agregada de 1000 millones de euros, tienen presencia comercial en más de 200 países y ocupan a más de 5.000 profesionales.

En Catalunya existe un potente ecosistema textil-moda formado por más de 1.700 empresas y 100.000 profesionales, incluyendo la distribución textil que representa el 4,6% del PIB industrial y el 1,49% del PIB general catalán. Este ecosistema se estructura a través de empresas industriales, marcas de moda, distribuidores, escuelas de diseño y un importante talento creativo que, en su conjunto, contribuyen al desarrollo económico y social del país y a la imagen que damos al exterior.

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

The Catalan Fashion and Textile Cluster is a non-profit-making Catalan organization, created in 2011, trying to integrate all the companies that develop the textile and fashion industry in Catalonia.

The mission of this entity is to make impulse to the businesses competitiveness in the textile, apparel and fashion industry in Catalonia and to offer valuable assets to the firms and professionals included in this sector, through individual and collective initiatives as internationalization, training, research, development and innovation, and any other initiative orientated to the competitive improvement.

101 companies belong to the Cluster (date December 2013). They generate an added turnover of 1 billion Euros, maintain a commercial network around more than 200 countries and occupy 3.000 professionals.

In Catalonia exists a powerful textile-mode ecosystem with more than 1.700 companies and 100.000 professionals, including the textile distribution, that represents 4,6 % of the industrial GDP and 1,49 % of the general Catalan GDP. This ecosystem is structured by means of industrial companies, fashion brands, distributors, schools of design and a powerful, creative talent. All of them contribute to the economic and social development of the country and to improve our international image.

The Cluster statement in cooperation with other public and private entities, must facilitate the increase of the economic activity, occupation, knowledge transfer in between creativity and industry, and to improve the image of the brand Catalunya in Europe as a leader country in the creative and fashion European industry

MODAFAD

31 · 01 · 2014 -16.00h

MODAFAD AWARDS

36ª Edició de MODAFAD, la passarel·la de Dissenyadors de moda Emergents, presenta el divendres 31 gener, a les 16h, la col·lecció de Guillem Rodríguez (Guanyadora de l'última edició dels Premis MODAFAD), la Finalista Patricia Ferreira, en el marc de la 080 Barcelona Fashion.

Dept. de premsa del FAD:
prensa@fad.cat

MODAFAD / FAD – Foment de les Arts i el Disseny – www.modafad.org

#ModafadAwards

#ModafadBarcelona

MODAFAD AWARDS

36ª Edición de MODAFAD, la pasarela de Diseñadores de moda Emergentes, presenta el viernes 31 Enero, a las 16h, la colección de Guillem Rodríguez (Ganador de la última edición de los Premios MODAFAD), y la Finalista Patricia Ferreira, en el marco de la 080 Barcelona Fashion.

Dep. de prensa del FAD:
prensa@fad.cat

MODAFAD / FAD – Foment de les Arts i el Disseny – www.modafad.org

#ModafadAwards

#ModafadBarcelona

MODAFAD AWARDS

36th Edition of MODAFAD, the catwalk of fashion emerging designers, presents on Friday 31 January, at 16h, the collection of Guillem Rodríguez (winner of the last edition of the MODAFAD Fashion Awards), and Finalist Patricia Ferreira, within the framework of the 080 Barcelona Fashion.

Press Dpt FAD:
prensa@fad.cat

MODAFAD / FAD – Foment de les Arts i el Disseny – www.modafad.org

#ModafadAwards

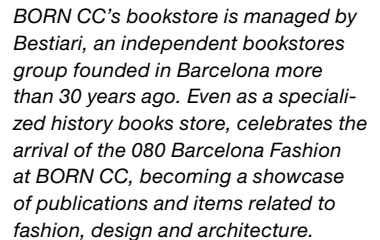
#ModafadBarcelona



Awards!

2014.





116

Disseny guanyador de l'edició Tardor/Hivern 2012-13, realitzat per Laura Vaquero.

Diseño ganador de la edición Otoño/Invierno 2012-13, realizado por Laura Vaquero.

Winner design Autumn/Winter 2012-13 by Laura Vaquero.



Preu / Precio / Price : 20€

Disseny guanyador de l'edició Primavera/Estiu 2013, realitzat per Maria Vázquez.

Diseño ganador de la edición Primavera/Verano 2013, realizado por María Vázquez.

Winner design Spring/Summer 2013 by Maria Vázquez.

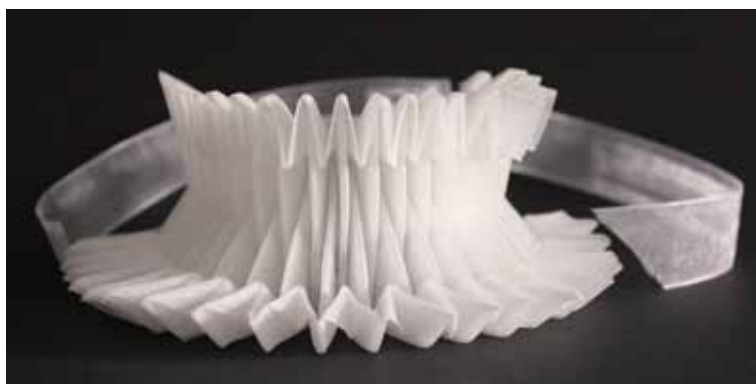


Preu / Precio / Price : 20€

Disseny guanyador de l'edició Tardor/Hivern 2013-14, realitzat per Marta Ortí Raspall.

Diseño ganador de la edición Otoño/Invierno 2013-14, realizado por Marta Ortí Raspall.

Winner design Autumn/Winter 2013-14 by Marta Ortí Raspall.



Preu / Precio / Price : 25€

RAFFEL PACES®
B A R C E L O N A

www.raffelpages.com

Peluquería Oficial
Perruqueria Oficial
Official Hairdresser
080 Barcelona Fashion



DESCUBRE EL NUEVO STYLING DE REDKEN
CON SKY FERREIRA

#STYLEYOURSTORY

GET INSPIRED. BE PART OF IT.

WWW.REDKEN.ES



REDKEN
5TH AVENUE NYC

¿Quieres llenar de lujo tu nevera?



Solán de Cabras presenta DUO, un novedoso gran formato compuesto por dos botellas individuales de 3 Litros, pensado para vestir tu nevera y tu mesa.



Mucho Más que Agua

www.SOLANDECABRAS.ES

Twitter @SOLAN_DE_CABRAS

FACEBOOK.COM/SOLANDECABRAS



SÍGUENOS EN:

SC
con la moda

COLORACIÓN
FORMA
ACABADOS
TRATAMIENTOS
HOMME
BELLEZA

conoce más de nosotros en www.salerm.com

COSMETIC GROUP
MV
Vicente Martínez Vázquez



LIKE SHOPPING. BUT BETTER.

CHIC
OUTLET
SHOPPING®

LA ROCA  VILLAGE

LaRocaVillage.com

BICESTER VILLAGE
LONDON

KILDARE VILLAGE
DUBLIN

LA VALLÉE VILLAGE
PARIS

LAS ROZAS VILLAGE
MADRID

LA ROCA VILLAGE
BARCELONA

FIDENZA VILLAGE
MILAN

MAASMECHELEN VILLAGE
BRUSSELS

WERTHEIM VILLAGE
FRANKFURT

INGOLSTADT VILLAGE
MUNICH

SUZHOU VILLAGE
SUZHOU, CHINA



Compartida, la vida és més.

L'últim en moda amb l'últim en tecnologia.

Barcelona 080 Fashion és la millor oportunitat per descobrir l'últim de l'últim. Perquè gràcies a Movistar Fibra Òptica, podràs gaudir d'Internet a una velocitat de 100 Mb a l'hora que t'endinses en la moda més actual.

Utilitza-la i comparteix les ultimes tendències amb qui vulguis!



Telefónica

080
BARCELONA
FASHION



c/ Boters, 6 - Barcelona
lecoqsportif.com

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.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Per a més informació:
www.maccosmetics.es

Para más información:
www.maccosmetics.es

More information:
www.maccosmetics.es

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

www.ccam.cat
ccam@gencat.cat

Staff

Direcció general: miquel.rodriuez@gencat.cat

Direcció creativa: n.mora@080barcelonafashion.com

Showroom/Pop-up stores: showroom@080barcelonafashion.com

080TVchannel: m.company@080barcelonafashion.com

Producció, Direcció artística i Càsting:

ESMA Proyectos

Prensa nacional i RRPP:

Equipo Singular

prensa@080barcelonafashion.com

prensa@080barcelonafashion.com

T. +34 934 521 600

Prensa internacional:

XXL Comunicación

press@080barcelonafashion.com

T. +34 934 526 500

Sponsoring:

Equipo Singular

ignasi.freixa@equiposingular.es

T. +34 934 521 600

Disseny i maquetació:

Eva Anguita

Impressió:

Dilograf, SL

Edita:

© **Generalitat de Catalunya**

Departament d'Empresa i Ocupació

Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM)

C/ Provença, 339

08037 Barcelona

1a edició

1.000 exemplars

Barcelona, gener de 2014

Dipòsit Legal

B. 2491-2014

ISSN: 2014-3710

080barcelonafashion.cat

#080BcnFashion

@080_bcn_fashion

Amb la col·laboració de:



1714 / 2014

