

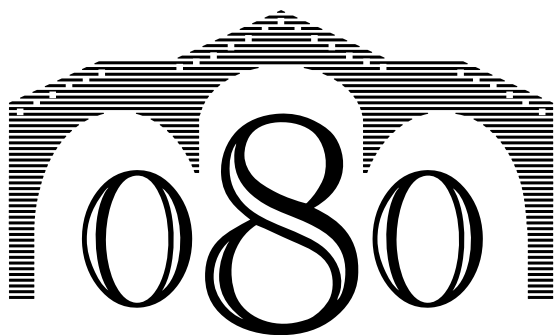


BARCELONA
F A S H I O N
— FW 15/16 —

080barcelonafashion.cat



Generalitat
de Catalunya



BARCELONA
F A S H I O N
—FW 15/16—



Generalitat
de Catalunya



& 080
BARCELONA
FASHION

Del 2 al 5 de febrer de 2015
al Museu Marítim de Barcelona.



facebook.com/MoritzBarcelona



@MoritzBarcelona



moritz.cat

Moritz recomana el consum responsable. 5,4°



Benvinguts a la 15a edició de la 080 Barcelona Fashion

Afrontem l'edició que ara comença amb il·lusions renovades, com si fos la primera, però també amb la satisfacció de comprovar que la 080 és ja un certamen conegut i valorat tant a escala nacional com internacional en el món de la moda. És ben cert allò de “és difícil arribar-hi, però més encara ho és mantenir-s'hi”, i aquest esperit és el que ens inspira per seguir treballant per oferir continguts que sorprenguin, sempre, sota les consignes del talent i la creativitat.

El Museu Marítim de Barcelona-Drassanes Reials és l'escenari d'excepció escollit per a aquesta edició de la 080. Si en l'anterior edició l'emplaçament va ser un edifici emblemàtic del modernisme català com és el Recinte Modernista de Sant Pau, en aquesta ocasió les darreres tendències de la moda es presentaran en una de les millors mostres del gòtic civil català.

El sector de la moda a Catalunya és fort i de llarga tradició. La nostra vocació tèxtil ve de lluny i tradicionalment aquesta indústria ha estat un puntal de l'economia catalana. D'altra banda, el prestigi de Catalunya, i sobretot de la capital, Barcelona, com a pol de talent del disseny i de la moda, és inqüestionable. La 080 Barcelona Fashion posa en valor aquests dos importants actius, amb una voluntat integradora que dona cabuda tant a grans multinacionals de la moda de casa nostra, com a firmes del sector tèxtil, a dissenyadors independents i a creadors novells.

La importància del sector de la moda justifica plenament el suport de la Generalitat —a través de la 080— als dissenyadors i marques catalanes o establertes a Catalunya. L'objectiu és consolidar Catalunya com a referent de la generació i projecció del disseny de moda. Seguirem treballant per consolidar un projecte que ofereixi credibilitat i un segell diferenciador en els àmbits del disseny, la producció, la distribució i la promoció de la moda, potenciant la cultura de la moda i la seva vinculació amb les indústries culturals i creatives i acostant la moda al públic del carrer.

És alhora un compromís i un desig.

Gràcies a tots per la bona feina.

Felip Puig i Godes

Conseller d'Empresa i Ocupació
Generalitat de Catalunya

**Bienvenidos a la 15a edición de la
080 Barcelona Fashion**

Afrontamos la edición que ahora comienza con ilusiones renovadas, como si fuera la primera, pero también con la satisfacción de comprobar que la 080 es ya un certamen conocido y valorado tanto a nivel nacional como internacional en el mundo de la moda. Bien cierto es aquello de “es difícil llegar, pero más aún mantenerse” y es este espíritu el que nos inspira a seguir trabajando para ofrecer contenidos que sorprendan, siempre, bajo las consignas del talento y la creatividad.

El Museo Marítimo de Barcelona-Drassanes Reials es el escenario de excepción escogido para la presente edición de la 080. Si en la anterior edición el emplazamiento fue un edificio emblemático del modernismo catalán como es el Recinto Modernista de Sant Pau, en esta ocasión, las últimas tendencias de la moda se presentarán en una de las mejores muestras del gótico civil catalán.

El sector de la moda en Cataluña es fuerte y de larga tradición. Nuestra vocación textil viene de lejos y, tradicionalmente, esta industria ha sido un puntal de la economía catalana. Por otro lado, el prestigio de Cataluña y, sobre todo, de la capital Barcelona, como polo de talento del diseño y de la moda, es incuestionable. La 080 Barcelona Fashion pone en valor estos dos importantes activos con una voluntad integradora que da cabida tanto a grandes multinacionales de la moda de casa nuestra, como a firmas del sector textil, diseñadores independientes y a creadores noveles.

La importancia del sector de la moda justifica el soporte de la Generalitat - a través de la 080 - a los diseñadores y marcas catalanas o establecidas en Cataluña. El objetivo es consolidar Cataluña como referente de la generación y proyección del diseño de moda. Seguiremos trabajando para consolidar un proyecto que ofrezca credibilidad y un sello diferenciador en los ámbitos del diseño, la producción, la distribución y la promoción de la moda, potenciando la cultura de la moda y su vinculación con las industrias culturales y creativas y acercando la moda al público de la calle.

Es a su vez un compromiso y un deseo.

Gracias a todos por el buen trabajo.

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

**Welcome to the 15th edition of
080 Barcelona Fashion**

We face the edition that now begins with the same enthusiasm as if it were the first, but also with the satisfaction of knowing that 080 already is a well known event appreciated both nationally and internationally in the fashion world. It really is true that it is hard to get there and even harder to stay there and it is this spirit that inspires us to continue working to provide content that surprises, always under the watchwords of talent and creativity.

The Barcelona Maritime Museum-Drassanes Reials is the exceptional setting chosen for this edition of 080. If the location the previous year was a landmark building of Catalan Modernism like the Sant Pau Modernist complex, on this occasion, the latest fashion trends will be presented in one of the best examples of Catalan Gothic civil architecture.

The fashion industry in Catalonia is strong and has a long tradition. Our vocation in the textile trade comes from way back when and it has traditionally been a mainstay of the Catalan economy. Furthermore, the prestige of Catalonia, and especially the capital, Barcelona, as a center of design talent and fashion is undeniable. 080 Barcelona Fashion highlights these two important assets with a desire for integration which accommodates not only large fashion multinationals established here in Catalonia but also Catalan firms in the textile industry, independent designers and emerging creators.

The importance of the fashion industry fully justifies the ample support of the Generalitat through 080 for Catalan designers and brands or those established in Catalonia. The aim is to consolidate Catalonia as a worldwide reference in the generation and projection of fashion design. We will continue to consolidate a project that provides credibility and a distinctive seal in the fields of design, production, distribution and promotion of fashion, promoting the culture of fashion and its relationship with the cultural and creative industries and in bringing fashion closer to the man in the street.

This is both a commitment and a desire.

Thank you all for a job well done,

Felip Puig Godes
Minister of Enterprise and Labour
Government of Catalonia



DESCUBRE EL STYLING DE REDKEN Y LA HISTORIA DE SU MUSA

SKY FERREIRA

#STYLEYOURSTORY

PELUQUERO OFICIAL 080
BARCELONA FASHION

GET INSPIRED. BE PART OF IT.
WWW.REDKEN.COM.ES

REDKEN
5TH AVENUE NYC



El **080 Barcelona Fashion** és l'única passarel·la del món que, edició rere edició, fa un recorregut per la ciutat de Barcelona i cerca indrets excepcionals de la ciutat per mostrar les magnífiques propostes de moda que es presenten a cada edició del **080 Barcelona Fashion**.

Aquesta edició ens acull el Museu Marítim de Barcelona, senzillament excepcional.

En aquest marc, el **080 Barcelona Fashion** actua com a punta de llança del sector del tèxtil moda de casa nostra. Un sector cada dia més internacionalitzat, més potent, més reconegut i valorat al món.

És molt plaent veure com la simbiosi entre dissenyadors que estan iniciant el seu camí, els que ja tenen una vdena i llarga trajectòria, les indústries que han cregut que l'aportació del disseny era per a ells un valor afegit, troben en el **080 Barcelona Fashion** aquell punt de trobada sectorial del qual sempre he parlat.

Un agraïment, doncs, a tots ells, que donen, amb les seves col·leccions, aquest nivell creixent de producte i, per tant, de contingut.

Les més de trenta desfilades de moda seran el plat principal d'aquesta edició.

No podem oblidar el **080 Barcelona Fashion Summit**, dedicat al món digital i de la moda, una trobada empresarial que cada edició millora i serveix per aportar al sector informació i valor.

El **080 Fashion Market**, on 40 pop-ups mostraran i vendran al públic les seves creacions.

El nostre visitant internacional, el famosíssim fotògraf Ruven Afanador. Podrem gaudir d'una exposició monumental de la seva obra, d'una actuació en directe i del seu mestratge, ja que impartirà una Master Class per a tots els alumnes de les escoles de Catalunya.

Els nostres patrocinadors, que portaran a terme un conjunt d'activitats paral·leles que ompliran de contingut l'àrea oberta del **080 Barcelona Fashion**.

I, per acabar, el "Premi Nacional de la Generalitat de Catalunya" al talent emergent, un premi que persegueix donar una forta empenta als que comencen, als dissenyadors emergents, el nostre valor de futur.

Espero que la vostra visita acompleixi les expectatives i, en nom del meu equip i en el meu propi, us dono la més sincera benvinguda.

Cordialment,

Miquel Rodríguez
Director del **080 Barcelona Fashion**



El **080 Barcelona Fashion** es la única pasarela en el mundo que, edición tras edición, hace un recorrido por la ciudad de Barcelona y busca lugares excepcionales de la ciudad para mostrar las magníficas propuestas de moda que se presentan en cada edición del **080 Barcelona Fashion**.

Esta edición nos acoge el Museu Marítim de Barcelona, sencillamente excepcional.

En este marco, el **080 Barcelona Fashion**, actúa como punta de lanza del sector del textil moda de nuestra casa. Un sector cada día más industrializado, más potente, más reconocido y valorado en el mundo.

Es muy agradable ver como la simbiosis entre diseñadores que están iniciando su camino, los que ya llevan una densa y larga trayectoria y las industrias que han creído que la aportación del diseño era para ellos un valor añadido, hace que encuentren en el **080 Barcelona Fashion** este punto de encuentro sectorial del que siempre he hablado.

Agradecimientos, pues, a todos ellos que hacen posible, con sus colecciones, conseguir este nivel creciente de producto y, por tanto, de contenido.

Los más de treinta desfiles de moda serán el plato principal de esta edición.

No podemos olvidar el **080 Barcelona Fashion Summit**, dedicado al mundo digital y la moda, un encuentro empresarial que cada edición mejora y sirve para aportar al sector información y valor.

El **080 Fashion Market**, en el que 40 pop-ups mostrarán y venderán al público sus creaciones.

Nuestro visitante internacional, el famosísimo fotógrafo Ruven Afanador. Podremos disfrutar de una exposición monumental de su obra, de una actuación en directo y de su maestría, impartiendo una Master Class para todos los alumnos de las escuelas de Cataluña.

Nuestros patrocinadores, que llevarán a término un conjunto de actividades paralelas que llenan de contenido el área abierta del **080 Barcelona Fashion**.

Y, para finalizar, el “Premio Nacional de la Generalitat” al talento emergente, un premio que persigue dar un fuerte impulso a los que empiezan, a los diseñadores emergentes, nuestro valor de futuro.

Espero que su visita cumpla con sus expectativas y, en nombre de mi equipo y en el mío propio, les doy la más sincera bienvenida.

Cordialmente,

Miquel Rodríguez
Director del **080 Barcelona Fashion**

080

BARCELONA F A S H I O N

*Barcelona 080 Fashion is the only fashion show in the world that tours the city of Barcelona where each successive edition takes place in one or other of the most emblematic and exceptional buildings the city can be proud of, giving fashion designers the opportunity to show off their proposals in the unique settings provided by **Barcelona 080 Fashion** year after year.*

*This edition the chosen site is simply exceptional:
The Barcelona Maritime Museum.*

Barcelona 080 Fashion functions in this context as the cutting edge of the fashion textile industry here at home and it is a sector which is becoming more and more powerful, recognized and valued every day.

*It is very pleasing to see the symbiotic relationships springing up among emerging designers, established ones with a proven track record and the industries who believe that the design aspect represents an added value for them and that they all find in **Barcelona 080 Fashion** that meeting point that I have always been talking about.*

Thanks are due therefore, to all who have contributed through their collections, to this ever increasing level of product quality and hence, fashion show content.

The highlight of the fashion show will be the more than thirty runway parades this edition will offer.

We must not forget to mention: the Barcelona Fashion Summit which will take place. The conference will deal with the challenges presented by the digital world and the subject will be handled by professionals in the sector who improve every year and contribute ever more information and added value.

The 080 Fashion Market where 40 pop up stores will show and sell their creations.

Our International guest visitor, the world famous photographer Ruven Afanador will put on a monumental exhibition of his work as well as offer us a live performance and his teaching talent via a master class open to all fashion students studying in Catalonia.

*Our Sponsors who will run numerous parallel activities which will fill the **Barcelona 080 Fashion** open area with content.*

...and in closing, the Generalitat of Catalonia National Award for emerging design talent, a prize designed to give a huge hand up to our rising talent, the emerging designers- our future.

I hope your visit lives up to your expectations and on behalf of my team and myself, I wish you the warmest of welcomes.

Cordially,

Miquel Rodríguez
Director: 080 Barcelona Fashion

Horaris / Horarios / Timetables

21 Biografies ponent / Biografías ponentes / *Speakers' biographies*

STARS ON FASHION

46 080 FASHION MARKET [POP-UP STORES]

50 MASTERCLASS

RUVEN AFANADOR

52

Dissenyadors / Diseñadores / Designers

52	BRAIN&BEAST	76	MIQUEL SUAY
54	CELIA VELA	78	MIRIAM PONSÀ
56	CUSTO BARCELONA	80	NATALIE CAPELL
58	EDGAR CARRASCAL	82	OSCARLEON
60	GEORGINA VENDRELL	84	PABLO ERROZ
62	ISOMETRIC	86	PAGÈ
64	JOSEP ABRIL	88	RITA ROW
66	JUSTICIA RUANO	90	SITA MURT
68	KRIZIA ROBUSTELLA	92	TCN
70	LEBOR GABALA	94	TXELL MIRAS
72	MANUEL BOLAÑO	96	WHO
74	MENCHÉN TOMÀS		

14

Marques / Marcas / Brands

100	ALDOMARTINS	110	MANGO
102	BÓBOLI	112	NAUOVER
104	CND BY CÓNDOR	114	PUNTO BLANCO
106	DESIGUAL	116	TORRAS
108	ESCORPION	118	YERSE
120	MODAFAD		

126

Marxandatge / merchandising

080 BARCELONA FASHION

PROGRAMA / PROGRAM

Desfiladas / Desfiles / Fashion Shows



02 / 02 / 2015

16h PABLO ERROZ
EDGAR CARRASCAL

17.30h CELIA VELA

19h BRAIN & BEAST

20.30h MANGO (*)



03 / 02 / 2015

10.30h CND BY CÓNDOR
BÓBOLI

12.30h TXELL MIRAS
LEBOR GABALA

14h TCN

16h MIRIAM PONSÀ

17.30h JOSEP ABRIL

19h SITA MURT

21h DESIGUAL (*)



04 / 02 / 2015

10h GEORGINA VENDRELL
ISOMETRIC

11:30h KRIZIA ROBUSTELLA
PAGÉ

12.30h DRESS COKE
LLIURAMENT DE PREMIS
ENTREGA DE PREMIS
AWARDS CEREMONY

13h NAUOVER

14h YERSE

16h MANUEL BOLAÑO

17.30h MIQUEL SUAY

19h MENCHÉN TOMÀS

21h CUSTO BARCELONA (*)

05 / 02 / 2015

10h OSCARLEON
RITA ROW

11.30h WHO
ALDOMARTINS

12.30h PUNTO BLANCO
TORRAS

14h ESCORPION

16h NATALIE CAPELL

17.30h LLIURAMENT DE PREMIS
ENTREGA DE PREMIS
AWARDS CEREMONY

17.30h JUSTICIA RUANO

19h MODAFAD

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

080 FASHION MARKET [POP-UP STORES] VILLAGE · OPEN AREA · MASTER CLASS

Horaris / Horarios / *Timetable*



080 FASHION MARKET [POP-UP STORES] VILLAGE

02 / 02 / 2015

14h - 20h

03 / 02 / 2015

10h - 21h

04 / 02 / 2015

10h - 21h

05 / 02 / 2015

10h - 19h



OPEN AREA

Exposicions / Exposiciones / *Exhibitions*

02 - 05 / 02 / 2015

“FILS DE COMPLICITAT”

02 - 05 / 02 / 2015

NEO2 Photo Shoot Exhibition

02 - 05 / 02 / 2015

STARS ON FASHION

Exterior Museu Marítim. Davant de l'entrada general



02 / 02 / 2015

Tarda / Tarde / Afternoon

LIVE PHOTO SHOOT



MASTER CLASS RUVEN AFANADOR

04 / 02 / 2015

10h - 12h

Arts Santa Mònica - Claustre

LAVAZZA
ITALY'S FAVOURITE COFFEE

THE OFFICIAL COFFEE

080

BARCELONA
F A S H I O N



LIVE THE REAL ITALIAN ESPRESSO EXPERIENCE AT 080 BARCELONA FASHION

Del 2 al 5 de febrero de 2015 al Museu Marítim de Barcelona, Drassanes Reials.



twitter.com/LavazzaES



facebook.com/Lavazzaes



instagram.com/lavazzaes

www.lavazza.es

BFS15

BARCELONA FASHION SUMMIT

05 / 02 / 2015

Auditorio Petit Palau. Palau de la Música Catalana

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 i Barcelona Fashion Summit 2014, on van participar a unes intenses jornades conferències i debats protagonitzades per una vintena d'executius i experts nacionals i internacionals de la moda.

En la seva tercera edició, Barcelona Fashion Summit se centrarà en el negoci digital de la moda a Espanya, un mercat que constitueix un autèntic laboratori per a grups de retail de tota mena. Com s'adapta la moda a l'entorn digital? Quins horitzons tenen les empreses per als propers anys? Com el canal en línia els ajuda a generar vendes? Quina és l'opinió dels líders d'aquesta indústria?

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 Moda.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 y Barcelona Fashion Summit 2014, donde asistieron a intensas jornadas de conferencias y debates a cargo de una veintena de ejecutivos y expertos nacionales e internacionales de la industria de la moda.

En su tercera edición, que tendrá lugar el próximo 5 de febrero en el Palau de la Música, Barcelona Fashion Summit se centrará en el negocio online de la moda en España, un mercado que constituye un auténtico laboratorio para grupos de retail de toda clase. ¿Cómo se adapta la moda al entorno digital? ¿Qué horizontes tienen las empresas para los próximos años? ¿Cómo el canal online les ayuda a generar ventas? ¿Cuál es la opinión de los líderes de esta industria?

The fashion business has a significant place in the Catalan and Spanish economies. Worldwide leading groups that gather a wide range of brands together with some distribution groups form one of the most dynamic sectors in Spain. The Barcelona Fashion Summit (www.barcelonafashionsummit.com) is organised by Modaes.es, the editorial and services reference group in the fashion business in Spain, and promoted by the Consortium of Commerce, Crafts and Fashion (CCAM) of the Catalan Government. The event is organised under the 080 Barcelona Fashion framework and has become the main meeting point for professionals and companies in the fashion business.

Every year the key players of the fashion business meet at the Barcelona Fashion Summit and discuss the current key issues by means of debates and conferences. The meeting is a one-day event with a clear focus on business and where distinguished professionals from the fashion business in Spain and from all over the world give conferences and hold debates.

More than 300 professionals from the fashion business attended the Barcelona Fashion Summit 2013 and Barcelona Fashion Summit 2014 where they participated in intense days of conferences and debates held by around twenty national and international executives and experts from the fashion business.

In the third edition that will take place on 5 February in the "Palau de la Música", the Barcelona Fashion Summit will be focused on the online fashion business in Spain, a market that has become a laboratory for all kinds of retail groups. How is fashion adapting to the digital environment? What goals have companies for the next few years? How can the online channel help companies to increase their sales? What is the opinion of the leaders in this industry?

Organitzadors / Organizadores / Organizers



modaes.es

Patrocinadors / Patrocinadores / Sponsors



BARCELONA FASHION SUMMIT

PROGRAMA / PROGRAM

Taules rodones, conferències / Mesas redondas, conferencias, *Round Tables & Conferences*

05 / 02 / 2015

Auditorio Petit Palau. Palau de la Música Catalana

8.30h - 9h

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

9h - 9.30h

Presentación oficial / Presentació oficial / *Oficial presentation*. Generalitat de Catalunya / Modaes.es

9.30 - 10h

Ponencia inaugural / Ponencia inaugural / *Opening*. Gustavo García Brusilovsky, Klikin

10h - 10.30h

Conferencia / Conferencia / Conference. Sergio Bucher, Amazon

10.30h - 11.30h

La moda en el entorno digital / La moda a l'entorn digital / *Fashion in the digital enviroment*
 Elena Carasso, Mango. Elena Cusi, Desigual. Luis Monserrate, Pepe Jeans. Rosa Tous, Tous.
 Pablo Foncillas, Iese.

11.30h - 12h

Café networking / Cafè networking / Coffee Break

12.15h - 12.45h

Conferencia / Conferencia / Conference. **Javier Seara**, Boston Consulting Group

12.45h - 13.15h

Conferencia / Conferencia / Conference. Sandra Manresa, Google

13.15h - 14.15h

Pure players: qué puede aprender la moda? / Pure Player: ¿què pot aprendre la moda? /
Pure players: what can learn the fashion industry?

Fernando Maudó, Vente Privée. David Contijoch, El Armario de la Tele. Lucas Carné, Privalia. Marc Cortés, Esade

14.15h - 15.15h

Comida networking / Dinar networking / Networking launch

15.30h - 16h

Conferencia / Conferencia / Conference. Gerry Waters, Alhokair

16h - 17h

Moda digital: nuevas tendencias y nuevos mercados / Moda digital: noves tendència i nous mercats /
Digital fashion: new trends and new markets

Valeria Domínguez, Adolfo Domínguez, Enrique García, McKinsey, Luis Lara, Retalent, Vicente Muñoz, Telefónica On The Spot Services, Juan Carlos González, Instituto Biomecánica de Valencia

17h - 17.30h

Conferencia / Conferencia / Conference. **Eduard Casabella, Oysho**

BARCELONA FASHION SUMMIT

Biografies ponents / Biografías ponentes / *Speakers' biographies*



GUSTAVO GARCÍA



Gustavo García Brusilovsky ha treballat en multinacionals com IBM, McDonald's o Procter & Gamble, i va ser un dels fundadors de BuyVip.com. També es fundador i CEO de Klikin. Llicenciat en Bioquímica per la Universitat Autònoma de Barcelona, també va estudiar a la Universitat Pontifícia de Salamanca, a la Universitat de Houston i a Iese.

Gustavo García Brusilovsky ha trabajado en multinacionales como IBM, McDonald's o Procter & Gamble y fue uno de los fundadores de BuyVip.com. También es fundador y CEO de Klikin. Licenciado en Bioquímica por la Universidad Autónoma de Barcelona, también estudió en la Universidad Pontificia de Salamanca, en la Universidad de Houston y en la escuela de negocios Iese.

Gustavo García Brusilovsky has worked in different multinational companies such as IBM, McDonald's and Procter & Gamble, and he was one of the founders of BuyVip.com. He is also the founder and CEO of Klikin. He graduated in Biochemistry from the Universitat Autònoma de Barcelona and also studied in the Universidad Pontificia de Salamanca, the University of Houston and at the IESE.

SERGIO BUCHER



Sergio Bucher és vicepresident de moda d'Amazon Europa. Ha dedicat gran part de la seva trajectòria professional en empreses de moda, com Puma i Nike, i va ser l'encarregat del llançament i desenvolupament internacional de Oysho (Inditex). Anteriorment, va treballar al grup Cortefiel per la seva senyera Women'secret. Compta amb estudis a l'École Polytechnique Fédérale de Lausanne.

Sergio Bucher es vicepresidente de moda de Amazon Europa. Ha desarrollado la mayor parte de su trayectoria profesional en empresas de moda, como Puma y Nike, y fue el encargado del lanzamiento y desarrollo internacional de Oysho (Inditex). Con anterioridad trabajó en el grupo Cortefiel para su senyera Women'secret. Cuenta con estudios en la École Polytechnique Fédérale de Lausanne.

Sergio Bucher is the Fashion Vice President of Amazon Europe. He has developed most of his professional career in fashion companies, such as Puma and Nike, and he was in charge of the international launch and development of Oysho (Inditex). Before that, he worked in the Grupo Cortefiel for their brand Women'secret. He studied at the École Polytechnique Fédérale de Lausanne.

BARCELONA FASHION SUMMIT

Biographies ponents / Biografías ponentes / *Speakers' biographies*

ELENA CARASSO



Elena Carasso porta dues dècades al capdavant del negoci online de Mango. Formada a l'escola de negocis Iese, la directiva ha dut a terme diferents funcions al grup català de distribució de moda fins arribar a la direcció del departament d'e-commerce. En aquest sentit, Carasso va començar a l'activitat online de Mango el 1995.

Elena Carasso lleva dos décadas al frente del negocio online de Mango. Formada en la escuela de negocios Iese, la directiva ha desempeñado diferentes funciones en el grupo catalán de distribución de moda hasta llegar a la dirección del departamento de e-commerce. En este sentido, Carasso empezó a desarrollar la actividad online de Mango en 1995.

Elena Carasso has been at the forefront of the online business of Mango for two decades. She studied at the IESE Business School and she has held several positions within the catalan group of fashion distribution until she became the director of the online department in 1995.

ELENA CUSI



Elena Cusi és directora d'e-commerce de Desigual des de 2009. És MBA per l'escola de negocis Iese i ha dedicat la seva carrera a l'entorn digital des de 1998, quan va entrar a formar part de la divisió interactiva d'Ogilvy. Posteriorment va treballar en varies empreses natives digitals, com Privalia.

Elena Cusi es directora de e-commerce de Desigual desde 2009. Es MBA por la escuela de negocios Iese y ha dedicado su carrera al entorno digital desde 1998, cuando entró a formar parte de la división interactiva de Ogilvy. Posteriormente trabajó en varias empresas nativas digitales, como Privalia.

Elena Cusi is the E-commerce Director of Desigual since 2009. She holds an MBA from IESE Business School and she has dedicated her career to the digital environment since 1998, when she became part of the the interactive division of Ogilvy. Afterwards, she worked in several native-digital companies such as Privalia.

LUIS MONSERRATE



Luis Monserrate va ser nomenat responsable de comerç electrònic de Pepe Jeans el 2013. Abans del seu nomenament, va ser l'encarregat de liderar el departament d'optimització i experiència de compra de l'usuari a la botiga online de Zara. La seva relació amb la xarxa i el món digital va començar el 2008, quan va convertir-se en conseller delegat i director general de Homing.

Luis Monserrate fue nombrado responsable de comercio electrónico de Pepe Jeans en 2013. Antes de su nombramiento, fue el encargado de liderar el departamento de optimización y experiencia de compra del usuario en la tienda online de Zara. Su relación con la Red y el mundo digital empezó en 2008, cuando se convirtió en consejero delegado y director general de Homing.

Luis Monserrate was appointed head of the e-commerce department of Pepe Jeans in 2013. Before his appointment, he was in charge of leading the department of optimisation and shop experience at Zara's online store. His relationship with the Internet and the digital world started in 2008 when he became CEO and General Manager of Homing.

ROSA TOUS



Rosa Tous és vicepresidenta de Tous. La directiva, que es va incorporar al negoci familiar el 1985, és llicenciada en Gemmologia. Rosa Tous és membre de l'equip directiu i del consell d'administració de l'empresa. Pade per l'lese, el 1995 va liderar la creació del departament de màrqueting i comunicació de Tous.

Rosa Tous es vicepresidenta corporativa de Tous. La directiva, que se incorporó al negoci familiar en 1985, es llicenciada en Gemología. Rosa Tous es miembro del equipo directivo y del consejo de administración de la empresa. Pade por lese, en 1995 lideró la creación del departamento de márketing y comunicación en Tous.

Rosa Tous is the corporate Vice President of Tous. She joined the family business in 1985 and has a degree in Gemology. Rosa Tous is part of the management team and the board of directors of the company. She has a Pade from IESE Business School and in 1995 she led the creation of the Marketing and Communications department of Tous.

BARCELONA FASHION SUMMIT

Biographies ponents / Biografías ponentes / *Speakers' biographies*

PABLO FONCILLAS



Pablo Foncillas és llicenciat en dret i MBA per l'lese. Actualment és membre del claustre de l'lese i d'Isem. Compagina la seva vida en l'entorn acadèmic amb els rols directius i de consultoria en diverses indústries des de l'any 90. Foncillas és especialista en impacte de l'entorn digital en l'activitat comercial i en models de negoci, entre d'altres matèries.

Pablo Foncillas es licenciado en Derecho y MBA por Ilese. Actualmente es miembro del claustro del Ilese y de Isem. Compagina su vida en el entorno académico junto con roles directivos y de consultoría en varias industrias desde los años 90. Foncillas es especialista en impacto del entorno digital en la actividad comercial y en modelos de negocio, entre otras materias.

Pablo Foncillas holds a degree in Law and an MBA from the Ilese. He is currently a professor at the Ilese and the ISEM. He combines his life in the academic world with managing and consulting roles in several industries since the 90's. Foncillas is a specialist in the impact of the digital environment in the commercial activity and in business models, among other subjects.

JAVIER SEARA



Javier Seara és director general i soci de The Boston Consulting Group, on va començar a treballar el 2004 a través de l'oficina del grup a Munic. L'executiu està al capdavant de la divisió de Moda i Luxe a Alemanya. Amb estudis d'Enginyeria Industrial per la Universitat de Navarra, és també doctor en Filosofia per la Universitat de Munic.

Javier Seara es director general y socio de The Boston Consulting Group, compañía en la que empecé a trabajar en 2004 a través de la oficina del grupo en Múnich. El ejecutivo está al frente de la división de Moda y Lujo en Alemania. Con estudios de Ingeniería Industrial por la Universidad de Navarra, es también doctor en Filosofía por la Universidad de Múnich.

Javier Seara is the General Manager and partner of The Boston Consulting Group, where he started working in 2004 through their office in Munich. He is head of the Fashion and Luxury division in Germany. He graduated in Industrial Engineering from the University of Navarra and he is also a doctor in Philosophy by the University of Munich.

SANDRA MANRESA



Sandra Manresa va incorporar-se a Google Espanya com a responsable de moda després d'una trajectòria de sis anys a El Corte Inglés. Anteriorment havia treballat en companyies com Johnson & Johnson, Arthur Andersen, Retevisión i TPI Páginas Amarillas. Graduada en Business Administration a la Universitat de Westminster, també és MBA per l'escola de negocis Iese.

Sandra Manresa se incorporó a Google España como responsable de moda tras una trayectoria de seis años en El Corte Inglés. Anteriormente había trabajado en compañías como Johnson & Johnson, Arthur Andersen, Retevisión y TPI Páginas Amarillas. Graduada en Business Administration en la Universidad de Westminster, también es MBA por la escuela de negocios Iese.

Sandra Manresa joined Google Spain as head of fashion after six years at El Corte Inglés. Before that, she had worked in companies such as Johnson & Johnson, Arthur Andersen, Retevisión and TPI Páginas Amarillas. She graduated in Business Administration from the University of Westminster and she also holds an MBA from IESE Business School.

LUCAS CARNÉ



Lucas Carné és cofundador de la companyia de comerç electrònic Privalia. Amb estudis d'Enginyeria Mecànica per la Universitat Politècnica de Catalunya, l'executiu també va estudiar administració d'empreses a la Northwestern University i a l'escola de negocis Iese. Anteriorment, Carné va ocupar el càrrec de gerent en la firma de consultoria Bain & Company.

Lucas Carné es cofundador de la compañía de comercio electrónico Privalia. Con estudios de Ingeniería Mecánica por la Universitat Politècnica de Catalunya, el ejecutivo también estudió administración de empresas en la Northwestern University y en la escuela de negocios Iese. Con anterioridad, Carné ocupó el cargo de gerente en la firma de consultoría Bain & Company.

Lucas Carné is the co-founder of the e-commerce company Privalia. He graduated in Mechanical Engineering from the Universitat Politècnica de Catalunya and also studied Business Administration at the Northwestern University and at the IESE Business School. Before that, he was a manager at the consulting firm Bain & Company.

BARCELONA FASHION SUMMIT

Biographies ponents / Biografías ponentes / *Speakers' biographies*

FERNANDO MAUDO



Fernando Maudó és des de 2010 director geeneral de Vente Privee a Espanya. Després d'ocupar càrrecs de responsabilitat a Induyco (antiga filial de confecció d'El Corte Inglés) i Inditex, Maudó va ser conseller delegat de Coronel Tapiocca, director general de Caramelo. És llicenciat en Dret, diplomat en Empresarials i posseeix un MBA i un Màster en Comerç Exterior.

Fernando Maudó es desde 2010 director general de Vente Privee en España. Tras ocupar puestos de responsabilidad en Induyco (antigua filial de confección de El Corte Inglés) e Inditex, Maudó fue consejero delegado de Coronel Tapiocca y director general de Caramelo. Es licenciado en Derecho, diplomado en Empresariales y posee un MBA y un Máster en Comercio Exterior.

Fernando Maudó is head of Vente Privee in Spain since 2010. After holding positions of responsibility in Induyco (old clothing subsidiary of El Corte Inglés) and Inditex, Maudó was the CEO of Coronel Tapiocca and General Manager of Caramelo. He graduated in Law and Business Administration and holds an MBA and a Master's Degree in Foreign Trade.

DAVID CONTIJOCH



David Contijoch està al capdavant de l'empresa online de moda El Armario de la Tele. Enginyer Superior en Telecomunicacions per la Universitat Politècnica de Catalunya i MBA per l'IESE, anteriorment, va ocupar la direcció general de BuyVip, i més tard va passar a ser director de vendes de Amazon BuyVip, un cop la plataforma espanyola es va integrar al gegant nord-americà.

David Contijoch está al frente de la empresa online de moda El Armario de la Tele. Ingeniero Superior en Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Catalunya y MBA por el IESE, anteriormente ocupó la dirección general de BuyVip, para más tarde pasar a ser director de ventas de Amazon BuyVip, una vez la plataforma española se integró en el gigante estadounidense.

David Contijoch is head of the online fashion company El Armario de la Tele. He has a degree in Telecommunications Engineering from the Universitat Politècnica de Catalunya and holds an MBA from IESE. Before that, he was the general manager of BuyVip and afterwards, he was Sales Manager of Amazon BuyVip, once the spanish platform joined the e-commerce giant.

MARC CORTÉS



Marc Cortés és professor d'Esade a Barcelona, Madrid i Portugal y soci i director general del despatx de consultoria estratègica Roca Salvatella. Llicenciat en Dret per la Universitat Autònoma de Barcelona, va encarregar-se del desenvolupament de negoci de La Caixa i ha treballat com a consultor a CaixaHolding (actual Criteria Caixa Corp) i Accenture.

Marc Cortés es professor de Esade en Barcelona, Madrid y Portugal y socio y director general del despacho de consultoría estratégica Roca Salvatella. Licenciado en Derecho por la Universitat Autònoma de Barcelona, se encargó del desarrollo de negocio de La Caixa y ha trabajado como consultor en CaixaHolding (actual Criteria Caixa Corp) y Accenture.

Marc Cortés is a professor in Esade in Barcelona, Madrid and Portugal and partner and general manager of the strategic consulting firm Roca Salvatella. He has a degree in Law from Universitat Autònoma de Barcelona, he was in charge of the business development of La Caixa and has worked as a consultant in CaixaHolding (currently Criteria Caixa Corp) and Accenture.

GERRY WATERS



Gerry Waters és vicepresident d'expansió estratègica d'Alhokair i conseller delegat del departament de Fashion Retail des de 1999. Waters està al capdavant del desenvolupament de negoci del grup saudita, que el 2013 va comprar l'enseny a espanyola Blanco. Alhokair és un dels majors grups de retail del Pròxim Orient i treballa amb més de seixanta companyies internacionals.

Gerry Waters es vicepresidente de expansión estratégica de Alhokair y consejero delegado del departamento de Fashion Retail desde 1999. Waters está al frente del desarrollo de negocio del grupo saudí, que en 2013 compró la enseña española Blanco. Alhokair es uno de los mayores grupos de retail de Oriente Medio y trabaja con más de sesenta empresas internacionales.

Gerry Waters is the Vice President of strategic expansion of Alhokair and managing director of the Fashion Retail department since 1999. Waters is head of the business development of the Saudi group, which in 2013 bought the Spanish company Blanco. Alhokair is one of the biggest retail groups in the Middle East and works with more than sixty international companies.

BARCELONA FASHION SUMMIT

Biografies ponents / Biografías ponentes / *Speakers' biographies*

VALERIA DOMÍNGUEZ



Valeria Domínguez és al capdavant de l'àrea d'e-commerce d'Adolfo Domínguez des del 2011. Formada a Suïssa, Anglaterra, Alemanya i el Canadà, la directiva és llicenciada en Robòtica per la Universitat de Queen's. Ha treballat a companyies com The Corcoran Group (que opera al sector immobiliari) i el 2007 va posar en marxa un projecte empenedor, Felino.

Valeria Domínguez està al frente del área de e-commerce de Adolfo Domínguez desde 2011. Formada en Suiza, Inglaterra, Alemania y Canadá, la directiva es licenciada en Robótica por la Universidad de Queen's. Ha trabajado en compañías como la estadounidense The Corcoran Group (que opera en el sector inmobiliario) y en 2007 puso en marcha un proyecto emprendedor, Felino.

Valeria Domínguez is at the forefront of the e-commerce department of Adolfo Domínguez since 2011. She studied in Switzerland, UK, Germany and Canada, and she has a degree in Robotics from the University of Queen's. She has worked in companies such as the american The Corcoran Group (operating on real estate) and in 2007 she started a entrepreneurial project, Felino.

JUAN CARLOS GONZÁLEZ



Juan Carlos González és director de l'àrea d'indumentària de l'Institut de Biomecànica de València des del 2002. La seva tasca al centre va començar el 1997, com a investigador en calçat i indumentària. És enginyer industrial, elèctric i d'electrònica per la Universitat Politècnica de València i ha realitzat nombroses investigacions en camps com el del calçat i el textil.

Juan Carlos González es director del área de indumentaria del Instituto de Biomecánica de Valencia desde 2002. Su labor en el centro empezó en 1997, como investigador en calzado e indumentaria. Es ingeniero industrial, eléctrico y de electrónica por la Universidad Politécnica de Valencia y ha realizado numerosas investigaciones en campos como el del calzado y el textil.

Juan Carlos González is the director of the equipment area of the Biomechanics Institute of Valencia since 2002. He first started working in the centre in 1997 as an investigator in shoes and clothing. He graduated in Industrial, electric and electronic engineering from Universitat Politècnica de Valencia and has held several investigations in fields like shoes and textile.

VICENTE MUÑOZ



Vicente Muñoz és conseller delegat de Telefónica On The Spot Services des de 2009. Anteriorment, va ocupar un càrrec al comitè executiu de Telefónica, i ha treballat per a grups com Rumbo i Banco Santander. Titulat en ciències empresarials per la Universitat de Navarra, Muñoz ha realitzat estudis a l'escola de negocis d'Iese.

Vicente Muñoz es consejero delegado de Telefónica On The Spot Services desde 2009. Anteriormente, ocupó un cargo en el comité ejecutivo de Telefónica, y ha trabajado para grupos como Rumbo y Banco Santander. Titulado en ciencias empresariales en la Universidad de Navarra, Muñoz ha realizado estudios en la escuela de negocios Iese.

Vicente Muñoz is the General Manager of Telefonica On the Spot Services since 2009. Before that, he occupied a position in the Executive Committee of Telefonica and worked for groups like Rumbo and Banco Santander. He has a degree in Business Administration from the University of Navarra and has also studied at IESE Business School.

ENRIQUE GARCÍA



Enrique García López és soci de McKinsey & Company i responsable dels sectors de Consumer Goods i Retail per a Espanya i Portugal. Entre 1996 i 1999, García va treballar com a consultor soci a Mitchell Madison Group. És MBA per la Stanford Graduate School of Business i compta amb estudis a les franceses Universidad de Orsay i École Polytechnique.

Enrique García López es socio de McKinsey & Company y responsable de los sectores de Consumer Goods y Retail para España y Portugal. Entre 1996 y 1999, García trabajó como consultor socio en Mitchell Madison Group. Es MBA por la Stanford Graduate School of Business y cuenta con estudios en las francesas Universidad de Orsay y École Polytechnique.

Enrique García López is a partner at McKinsey & Company and he is head of the Consumer Goods and Retail sectors for Spain and Portugal. Between 1996 and 1999 he worked as a consulting partner in Mitchell Madison Group. He holds an MBA from Stanford Graduate School of Business and also studied at the Université d'Orsay and École Polytechnique.

BARCELONA FASHION SUMMIT

Biographies ponents / Biografías ponentes / *Speakers' biographies*



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. La seva trajectòria ha estat vinculada al negoci de la moda; va ser director general de retail a Pronovias i director internacional d'Inditex. Llicenciat en Ciències Empresarials i Dret per l'Icade, va cursar el PDD a Esade i PDG d'Iese.

Luis Lara es director de la consultora Retalent, especializada en asesoramiento a empresas de retail y moda en los procesos de expansión internacional. Su trayectoria ha estado vinculada al negocio de la moda: fue director general de retail en Pronovias y director internacional en Inditex. Licenciado en Ciencias Empresariales y Derecho por el Icade, cursó el PDD en Esade y el PDG en Iese.

Luis Lara is the director of the consulting firm Retalent, specialised in offering consultant services to retail and fashion companies in their international expansion. His career has always been linked to the fashion business: he was the General Manager of Pronovias and International Director of Inditex. He holds a degree in Business Administration and Law from ICADE.

EDUARD CASABELLA



Eduard Casabella està al capdavant del negoci online i de la comunicació d'Oysho des de 2010. Abans treballava per l'ensenyament de llenceria com a responsable de control de gestió financera. La seva trajectòria a Inditex va començar el 2004, a Bershka. És llicenciat en Administració i Direcció d'Empreses per la Universitat Ramon Llull i Màster en Direcció Financera.

Eduard Casabella está al frente del negocio online y de la comunicación de Oysho desde 2010. Antes trabajaba para la enseñanza de llencería como responsable de control de gestión financiera. Su trayectoria en Inditex empezó en 2004, en Bershka. Es licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat Ramon Llull y Máster en Dirección Financiera.

Eduard Casabella leads the online business and communication of Oysho since 2010. Before he was in charge of the control of the financial management of the Company. He started working at Inditex in 2004, in Bershka. He holds a degree in Business Administration from Universitat Ramón Llull and a Master's Degree in Financial Management from Universitat Pompeu Fabra.



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

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

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

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

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

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

C/ Sant Quirze, 30
08201 Sabadell – BCN
+34 93 745 19 17
www.texfor.es · info@texfor.es



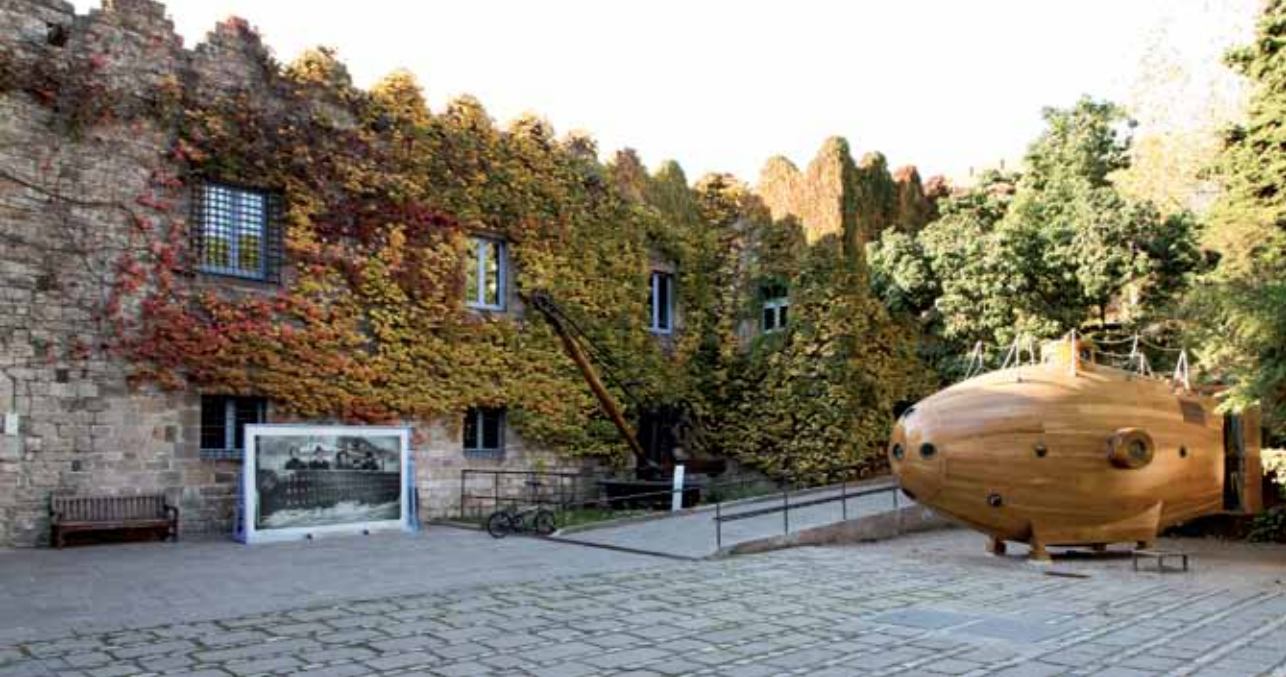
BARCELONA F A S H I O N

Un año más, **Solán de Cabras** patrocina la pasarela **080 BARCELONA FASHION**, la ocasión perfecta para descubrir las colecciones de **más de 30 diseñadores** y **marcas catalanas**. Te esperamos en un evento con **#unpuntoazul**, del 2 al 5 de Febrero en el recinto del Museu Marítim de Barcelona-Drassanes Reials.

080
BARCELONA
F A S H I O N



Mucho Más que Agua



MUSEU MARÍTIM DE BARCELONA DRASSANES REIALS

Les Drassanes Reials de Barcelona són un monument industrial molt singular de la ciutat, del qual es té la primera referència al 1243, en un document del regnat de Jaume I. Es tracta d'una joia de l'arquitectura marítima a la Mediterrània que va ser declarada Monument Històric Artístic el 1976.

Aquest conjunt monumental de primer ordre, que va testimoniar la puixança política i econòmica de Catalunya a la Mediterrània durant la baixa edat mitjana, va evolucionar arquitectònicament amb la façana marítima de la ciutat, i va servir per a diferents usos lligats als esdeveniments polítics i històrics al llarg de més de set-cents anys d'història.

Des del 1941 s'hi ubica el Museu Marítim de Barcelona, que té la missió de conservar, estudiar i difondre el patrimoni marítim del país, un dels més rics de la Mediterrània, i de convertir-se en una referència mundial en la matèria. El 2006, el Museu Marítim de Barcelona va ser declarat Museu d'Interès Nacional per la Generalitat de Catalunya.

El Pla d'Actuació i Ordenació de les Drassanes Reials de Barcelona redactat pels arquitectes Robert i Esteve Terradas i Muntañola estableix les reformes i rehabilitacions necessàries per a l'adaptació de l'espai de les naus de les Drassanes com a recinte museístic. La última fase d'aquest pla es va dur a terme entre el 2010 i el 2012, sobre 18.000 m², i ha proveït el Museu d'una teulada íntegrament rehabilitada, d'unes instal·lacions modernes i de climatització a les naus, de noves sales de reserva, i de nous espais de consulta i d'activitats del tot equipats.

Conjuntament amb els espais destinats a l'exposició de les col·leccions del Museu recentment remodelats, les Drassanes disposen també de naus adjacents i espais singulars destinats a acollir tot tipus d'actes, ja sigui un acte cultural o festiu ciutadà, o una activitat lligada amb les tendències dels sectors econòmics més dinàmics del país.

Enguany, acollir la 080 Barcelona Fashion al recinte de les Drassanes Reials de Barcelona és una satisfacció, i creiem que la porta al mar que representa el nostre llegat arquitectònic marítim és l'escenari ideal per a l'intercanvi internacional de tendències del tèxtil i la moda.



MUSEU MARÍTIM DE BARCELONA DRASSANES REIALS

Las Drassanes Reials (Reales Atarazanas) de Barcelona son un monumento industrial muy singular de la ciudad, la primera referencia del cual se tiene en el 1243, en un documento del reinado de Jaume I. Se trata de una joya de la arquitectura marítima en el Mediterráneo que fue declarada Monumento Histórico Artístico en el 1976.

Este conjunto monumental de primer orden, que testimonió la pujanza política y económica de Cataluña en el Mediterráneo durante la baja edad media, evolucionó arquitectónicamente con la fachada marítima de la ciudad, sirviendo para diferentes usos ligados a acontecimientos políticos e históricos a lo largo de más de setecientos años de historia.

Desde el 1941 se ubica en él el Museo Marítimo de Barcelona, que tiene la misión de conservar, estudiar y difundir el patrimonio marítimo del país, uno de los más ricos del Mediterráneo, y de convertirse en una referencia mundial en la materia. En el 2006, el Museo Marítimo de Barcelona fue declarado Museo de Interés Nacional por la Generalitat de Cataluña.

El Plan de Actuación y Ordenación de las Drassanes Reials de Barcelona redactado por los arquitectos Robert i Esteve Terradas i Muntañola establece las reformas y rehabilitaciones necesarias para la adaptación del espacio de las naves de las Drassanes como recinto museístico. La última fase de este plan se llevó a término entre el 2010 y el 2012, sobre 18.000 m², y ha provisto el Museo de un tejado íntegramente rehabilitado, de unas instalaciones modernas y de climatización en las naves, de nuevas salas de reserva, y de nuevos espacios de consulta y de actividades, completamente equipados.

Conjuntamente con estos espacios, destinados a la exposición de las colecciones del Museo, recientemente remodelados, las Drassanes disponen también de naves adyacentes y espacios singulares destinados a acoger todo tipo de actos, ya sea un acto cultural o festivo ciudadano, o una actividad ligada a las tendencias de los sectores económicos más dinámicos del país.

Este año, acoger la 080 Barcelona Fashion en el recinto de las Drassanes Reials de Barcelona es una satisfacción, y creemos que la puerta al mar que representa nuestro legado arquitectónico marítimo es el escenario ideal para el intercambio internacional de tendencias del textil y de la moda.



MUSEU MARÍTIM DE BARCELONA DRASSANES REIALS

The Drassanes Reials (Royal Shipyards) in Barcelona, a unique industrial monument in the city was first referenced in 1243, in a document from the reign of James I. An architectural jewel on the Mediterranean, it was declared a Historical-Artistic monument in 1976.

This extremely important monumental complex, which witnessed the political and economic growth of Catalonia in the Mediterranean during the early Middle Ages, evolved architecturally along with the waterfront of the city, and was used for various purposes related to political and historical events for over seven hundred years.

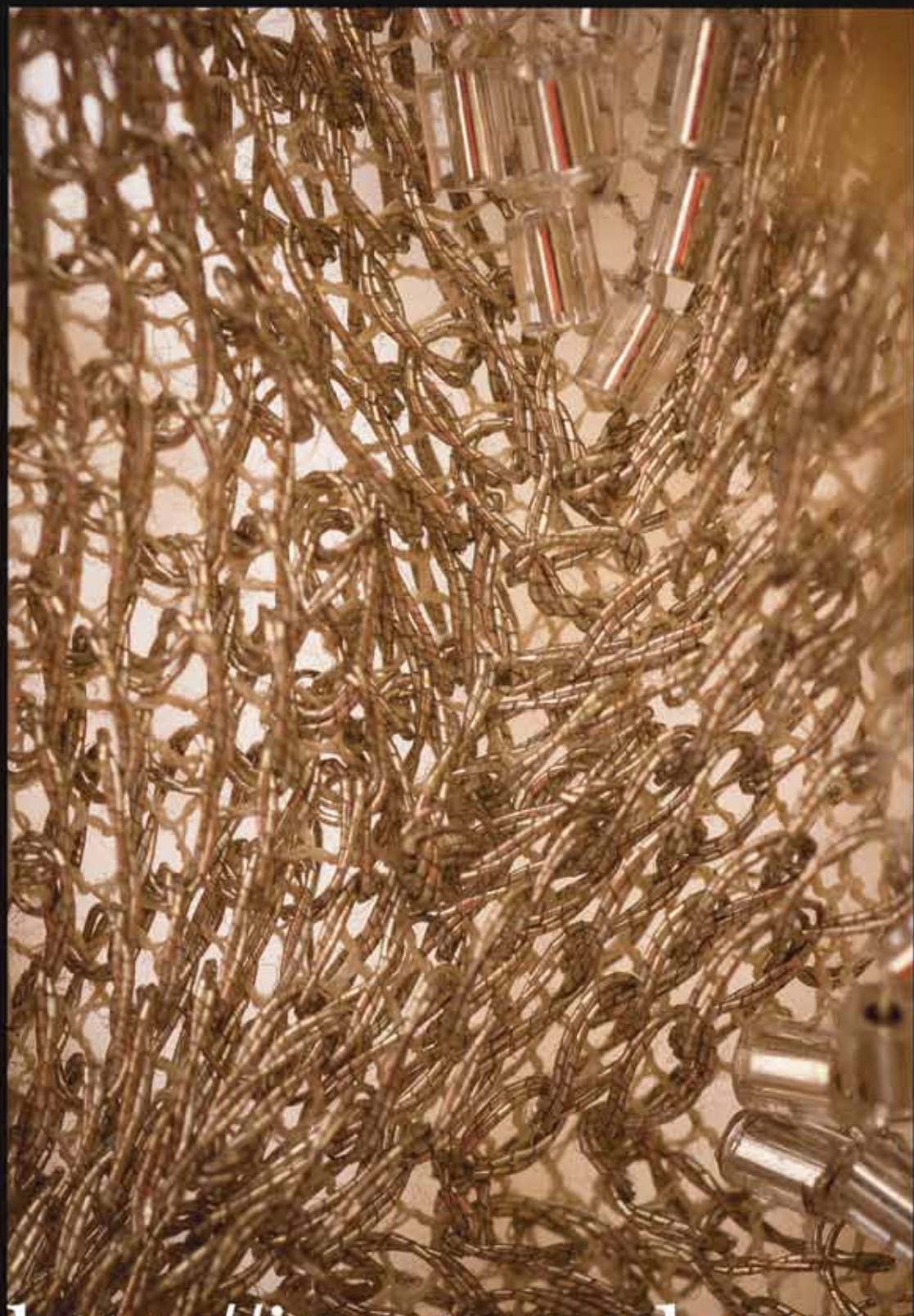
Since 1941, it is home to the Barcelona Maritime Museum, whose mission it is to preserve, study and promote the maritime heritage of the country, one of the richest in the Mediterranean, and to become a reference in the field. In 2006, the Barcelona Maritime Museum was declared Museum of National Interest by the Generalitat of Catalonia.

The Action and Ordinance plan of the Drassanes Reials of Barcelona drafted by architects Robert and Stephen Terradas Muntanola establishes refurbishment and renovations necessary to transform the Shipyards into museum grounds. The final phase of this plan was carried out on 18,000 m² of the complex between 2010 and 2012, and the Museum has been refitted with a completely renovated roof, modern conveniences and facilities and the fully equipped exhibition halls, new reserve rooms and new inquiry areas have all been air conditioned.

In conjunction with the exhibition spaces provided for the recently refurbished collections the museum has, the shipyards also have adjacent buildings and unique spaces designed to accommodate all types of events, whether a public act or cultural event or an activity linked to trends in the country's most dynamic economic sectors.

This year, hosting 080 Barcelona Fashion in the grounds of the Royal Shipyards of Barcelona is a pleasure, and we believe that the gateway to the sea our architectural legacy represents, is the ideal setting for the exchange of international trends in textile and fashion.

Does this image inspire you?



<http://imatex.cdmt.es>
you'll find 28.000 more

OPEN AREA

“FILS DE COMPLICITAT”

Exposicions / Exposiciones / Exhibitions

02 - 05 / 02 / 2015

Fils de complicitat

Des que va debutar l'any 1996, la dissenyadora figuerenca Celia Vela sempre ha defensat, sense fer gaire soroll, la seva independència creativa. Només cal recordar aquell “My way” amb què tanca les seves desfilades a la passarel·la 080. I és probablement aquest esperit lliure i inquiet el que l'ha portat ara a embarcar-se en aquesta nova aventura artística, que ha fet saltar els seus dissenys de la passarel·la a la sala d'exposicions. Del maniquí als quadres.

Les obres que han creat a quatre mans Celia Vela i la pintora Begoña Ramos ens ofereixen una visió diferent de la passarel·la: íntima, poètica i serena.

Ramos, artista de pintures silencioses i magnètiques, ha traslladat a les teles diversos moments capturats al “backstage” i a les desfilades de Celia Vela. I ha sabut transmetre l'aire romàntic, delicat i nostàlgic de les seves peces.

Celia Vela s'ha retrobat amb els seus dissenys als quadres i els ha reinterpretat amb noves pinzellades, fetes amb l'agulla i els teixits que omplen el seu taller de Figueres: sedes, tuls, xantillís...

Amb aquest treball, les dues creadores de Figueres han fet encaixar dos mons, el de la moda i el de l'art, que sempre s'han retroalimentat i que, un cop més, ens demostren que continuen estant molt a prop.

Carolina Rosich

Hilos de complicidad

Desde que debutó en el año 1996, la diseñadora figuerense Celia Vela siempre ha defendido, sin hacer mucho ruido, su independencia creativa. Sólo es necesario recordar aquel “My way” con el que cierra sus desfiles en la pasarela 080. Y es probablemente este espíritu libre e inquieto el que la ha llevado ahora a embarcarse en esta nueva aventura artística que ha hecho saltar sus diseños de la pasarela a la sala de exposiciones. Del maniquí a los cuadros.

Las obras que han creado a cuatro manos Celia Vela y la pintora Begoña Ramos, nos ofrecen una visión diferente de la pasarela: íntima, poética y serena.

Ramos, artista de pinturas silenciosas y magnéticas, ha trasladado a las telas diversos momentos capturados en el backstage y en los desfiles de Celia Vela. Y ha sabido transmitir el aire romántico, delicado y nostálgico de sus prendas.

Celia Vela sea ha reencontrado con sus diseños en los cuadros y los ha reinterpretado con nuevas pinceladas hechas con la aguja y los tejidos que llenan su taller de Figueras: sedas, tules, chantillís...

Con este trabajo, las dos creadoras de Figueras han hecho encajar dos mundos, el de la moda y el del arte, que siempre se han retroalimentado y que, una vez más, nos demuestran que continúan estando muy cerca.

Carolina Rosich

Threads of complicity

Since her debut in 1996, the designer from Figueras Celia Vela has always quietly but firmly held onto her creative independence. We need only remember that “My Way” with which she closes her parades on the 080 runways. And it is probably this free curious spirit that has inspired her to embark on this new artistic venture which has seen her designs go from the catwalk to the gallery, from mannequins to paintings.

The pieces created by the duet Celia Vela and the painter Begoña Ramos proffer a vision divergent from the one on the catwalk: intimate poetic and serene.

Ramos, painter of quiet and at the same time riveting canvasses, has captured on fabric a series of Celia Vela backstage and runway moments, managing to transmit the romantic delicate nostalgic air of Celia's pieces.

Celia Vela has looked at her designs expressed in paintings and has reinterpreted them in new brushstrokes with the needle and thread and fabrics that fill her workshop: silks, tulle, Chantilly lace...

With this collaboration, the two creators from Figueras have brought the worlds of art and fashion together harmoniously, two worlds which feed into each other and once again are shown to really be inseparable.

Carolina Rosich

OPEN AREA

NEO2 PHOTO SHOOT EXHIBITION

Exposicions / Exposiciones / Exhibitions

02 - 05 / 02 / 2015



Al NEO2 Photo Shoot Exhibition s'exposaran els resultats del Photo Shoot Contest de l'edició de juliol de 2014. En aquest concurs set equips formats per un estilista i un fotògraf, alumnes d'escoles d'estilisme i de fotografia de Barcelona, competien per realitzar el millor foto-reportatge. S'exposaran fotos del reportatge guanyador i dels altres equips participants.

Els/les models anaven vestits de tres dissenyadors que han guanyat el premi a la millor col·lecció en edicions anteriors del 080 Barcelona Fashion: Selim de Somavilla, Georgina Vendrell i Brain&Beast.

En el NEO2 Photo Shoot Exhibition se expondrán los resultados del Photo Shoot Contest de la edición de julio de 2014. En este concurso siete equipos formados por un estilista y un fotógrafo, alumnos de escuelas de estilismo y de fotografía de Barcelona, competían para realizar el mejor foto-reportaje. Se expondrán fotos del reportaje ganador y de los otros equipos participantes.

Los modelos iban vestidos de tres diseñadores que han ganado el premio a la mejor colección en ediciones anteriores de la 080 Barcelona Fashion: Selim de Somavilla, Georgina Vendrell y Brain&Beast.

The NEO2 Photo Shoot Exhibition will show the results of the Photo Shoot Contest that took place during the 080 Barcelona fashion's July 2014 edition. In this contest seven teams formed by a stylist and a photographer, all students from Barcelona's photography and fashion schools, competed to come up with the best fashion editorial. The photos shown in the exposition are from the winning team and the other participants. The models were dresses by three designers, all winners of the 080 Barcelona Fashion award for the best collection: Selim de Somavilla, Georgina Vendrell i Brain&Beast.

Escoles que van participar en el concurs / Escuelas que participaron en el concurso / Participating schools:

- IDEP Barcelona Escola Superior d'Imatge i Disseny, Postgrau de Fotografia de Moda i del Curs Professional d'Estilisme en Moda i Publicitat.
- Escola Superior de Disseny Felicidad Duce – LCI Barcelona
- Màster en Estilisme en Moda, Publicitat i Mitjans.
- ESDi Escola Superior de Disseny, Especialització Universitària en Tendències i Estilisme.
- Institut Català de la Moda, Postgrau d'Estilisme i Gestió de Moda i Publicitat.
- LLOTJA Escola Superior de Disseny i d'Art, Cicle Formatiu de Grau Superior d'Arts Plàstiques i Disseny en Estilisme d'Indumentària.
- IED Barcelona Escola Superior de Disseny, Títol Superior en Disseny de Moda, itinerari d'Estilisme i Comunicació de Moda.

- ILLA Escola d'Art i Disseny, Cicle Formatiu de Grau Superior d'Estilisme d'Indumentària.
- ELISAVA Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona, Màster en Fotografia i Disseny.
- Grisart Escola Superior de Fotografia, Curs Professional de Fotografia Publicitària i de Moda.
- IEFC - Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya, Curs d'Especialització de Moda
- St. Ignasi – Jesuïtes Sarrià, Cicle Formatiu de Grau Superior d'Audiovisuals.
- Escola d'Art i Superior de Disseny Serra i Abella, Cicle Formatiu de Grau superior d'Arts Plàstiques i Disseny en Fotografia.

25.26 FEBRUARY '15. IGUALADA (BARCELONA)

BEST SOLUTIONS
IN TEXTILE

BSTIM

MANUFACTURING
F A I R

Find your supply partners
in proximity of finished pieces

INNOVATION + KNOWLEDGE + SPEED

WWW.BSTIM.EU

BSTIM és la primera fira de producció tèxtil en proximitat de tot Europa, on les marques i distribuïdors poden trobar els seus partners d'aprovisionament en proximitat de peça acabada.

La nostra missió és facilitar l'establiment de relacions comercials entre empreses industrials tèxtils i gestors de produccions de productes de moda amb marques i distribuïdors europeus.

La fira reuneix més de 50 empreses industrials que cobreixen tota la cadena de valor.

BSTIM es la primera feria de producción textil en proximidad de toda Europa, donde las marcas y los distribuidores pueden encontrar sus partners de aprovisionamiento en proximidad de prenda acabada.

Nuestra misión es facilitar el establecimiento de relaciones comerciales entre empresas industriales textiles y gestores de la producción de productos de moda con marcas y distribuidores europeos.

La feria reúne más de 50 empresas industriales que cubren toda la cadena de valor.

BSTIM is the first fair for textile production in proximity in all of Europe where brands and distributors can find their supply partners in proximity of garments.

Our aim is to facilitate relationships between textile industrial enterprises and production managers of fashion products and brands and distributors in Europe.

The fair gathers more than 50 industrial enterprises which cover all the value chain.

ORGANIZED BY

FACETI FIRA D'IGUALADA

IN AGREEMENT WITH

Ajuntament d'Igualada

FREE ADMISSION WITH PREVIOUS REGISTRATION
PRIVATE AND FREE TRANSPORT BARCELONA-IGUALADA

WITH THE SUPPORT OF



Diputació de Barcelona



Generalitat de Catalunya

ACCIO



agrupación



Creación Clusters



TECNIO



ecle



STOLL

SPONSORS

SHIMA SEIKI



STOLL

OPEN AREA STARS ON FASHION

Exposicions / Exposiciones / Exhibitions

02 - 05 / 02 / 2015

Exterior Museu Marítim. Davant de l'entrada general



Sota la òptica d' un dels més reconeguts fotògrafs de moda i retrat actuals, Ruven Afanador, una visió refinada, divertida i captivadora d' alguns dels rostres més famosos del moment, gravats en la memòria col·lectiva del món.

Una impressionant llista de noms d' estrelles del cinema, la moda i la música, moltes d' elles guanyadores i nominades a l' Oscar de Hollywood. Julianne Moore, Amy Adams, Reese Witherspoon, Glenn Close, Rihanna, Diane Keaton, Robert Redford, Benedict Cumberbatch, Jake Gyllenhaal, Jared Leto, Mathew McConaughey, Sofia Coppola, Liza Minelli, Sharon Stone, Selma Hayek, Jennifer Connelly, Catherine Deneuve, Vanessa Paradis, George Clooney, Marion Cotillard, Michelle Pfeiffer, Viola Davis, Scarlett Johansson, Steve Buscemi, Beyoncé, Emily Blunt, Eddie Redmayne, Quentin Tarantino, Pedro Almodóvar, Hugh Jackman, Charlize Theron, Sandra Bullock, Naomi Watts, Amanda Seyfried, Kenny Washington, Nicole Kidman, Monica Bellucci, Halle Berry, Bimba Bosé, Rossy De Palma, Bibiana Fernández, Nieves Álvarez, Paz Vega. El comissari de la exposició és Bernat Buscató.

Bajo la óptica de uno de los más reconocidos fotógrafos de moda y retrato actuales, Ruven Afanador, una visión refinada, divertida y cautivadora de algunos de los rostros más famosos del momento, grabados en la memoria colectiva del mundo.

Una impresionante lista de nombres de estrellas del cine, la moda y la música, muchas de ellas ganadoras y nominadas al Oscar de Hollywood. Julianne Moore, Amy Adams, Reese Witherspoon, Glenn Close, Rihanna, Diane Keaton, Robert Redford, Benedict Cumberbatch, Jake Gyllenhaal, Jared Leto, Mathew McConaughey, Sofia Coppola, Liza Minelli, Sharon Stone, Selma Hayek, Jennifer Connelly, Catherine Deneuve, Vanessa Paradis, George Clooney, Marion Cotillard, Michelle Pfeiffer, Viola Davis, Scarlett Johansson, Steve Buscemi, Beyoncé, Emily Blunt, Eddie Redmayne, Quentin Tarantino, Pedro Almodóvar, Hugh Jackman, Charlize Theron, Sandra Bullock, Naomi Watts, Amanda Seyfried, Kenny Washington, Nicole Kidman, Monica Bellucci, Halle Berry, Bimba Bosé, Rossy De Palma, Bibiana Fernández, Nieves Álvarez, Paz Vega. El comisario de la exposición es Bernat Buscató.

Under the perspective of one of the most renowned fashion and portrait photographers today, Ruven Afanador, a refined, funny and captivating vision of some of the most famous faces now, which are in the collective memory of the world.

An impressive list of names of cinema, fashion and music personalities, many of which have been winners and nominees for the Oscars. Julianne Moore, Amy Adams, Reese Witherspoon, Glenn Close, Rihanna, Diane Keaton, Robert Redford, Benedict Cumberbatch, Jake Gyllenhaal, Jared Leto, Matthew McConaughey, Sofia Coppola, Liza Minelli, Sharon Stone, Selma Hayek, Jennifer Connelly, Catherine Deneuve, Vanessa Paradis, George Clooney, Marion Cotillard, Michelle Pfeiffer, Viola Davis, Scarlett Johansson, Steve Buscemi, Beyoncé, Emily Blunt, Eddie Redmayne, Quentin Tarantino, Pedro Almodovar, Hugh Jackman, Charlize Theron, Sandra Bullock, Naomi Watts, Amanda Seyfried, Kenny Washington, Nicole Kidman, Monica Bellucci, Halle Berry, Bimba Bosé, Rossy De Palma, Bibiana Fernández, Nieves Alvarez Paz Vega. Bernat Buscató has curated the exhibition.

OPEN AREA

LIVE PHOTO SHOOT



02 / 02 / 2015

Tarda / Tarde / Afternoon

En el marc del Museu Marítim de Barcelona Ruven Afanador realitzarà una sessió fotogràfica amb la Rosy De Palma, actriu indispensable i icona de moda internacional.

Aquesta jornada de treball tindrà una particularitat: estarà oberta al públic de manera que aquest pugui conèixer en directe com treballen fotògrafs, models, estilistes i maquilladors en un photo shoot professional.

Ruven Afanador és molt conegut pels seus treballs en moda i retrat de personalitats i ha fotografiat a la Rosy De Palma en varies ocasions. Per a ell és una font constant de inspiració per la seva forta personalitat i el seu físic inclassificable que ha captivat, com a ell, als més importants fotògrafs del món.

En el marco del Museu Marítim de Barcelona Ruven Afanador va a realizar una sesión fotogràfica con Rosy De Palma, actriz indispensable e icona de moda internacional.

Esta jornada de trabajo va a tener una particularidad: estará abierta al público de manera que éste pueda conocer en directo cómo trabajan fotógrafos, modelos, estilistas y maquilladores en un photoshoot profesional.

Ruven Afanador es muy reconocido por sus trabajos en moda y retrato de personalidades y ha fotografiado a Rosy De Palma en varias ocasiones. Para él es fuente constante de inspiración por su fuerte personalidad y su físico inclassificable que ha cautivado, como a él, a los más importantes fotógrafos del mundo.

In the incredible setting of the Maritime Museum of Barcelona renowned photographer Ruven Afanador will be behind the camera in a photo shoot with actress and international icon Rosy de Palma.

This working day will be particular though. It will be open to the public so everyone can experience live how photographers, models, stylists and make up artists work in a professional photoshoot.

Ruven Afanador is very appreciated for his work in fashion and personality portraits. He has photographed Rosy de Palma in many occasions. For Ruven, she is a constant source of inspiration because of her strong personality and her unmistakable features that have captivated not only him but also the most recognized photographers in the world.

OPEN AREA DRESS COKE



Concurs / Concurso / Contest

04 / 02 / 2015. 12.30h

Dress Coke és el concurs de disseny de moda de Coca-Cola, dirigit a joves dissenyadors, i mitjançant el qual es seleccionarà el nou uniforme de la xarxa comercial de Coca-Cola Iberian Partners.

El concurs, que es va iniciar al mes de Setembre, arriba a la seva fase final, després d'una selecció de cinc finalistes: Cristina Castro i Carlota García, les dues de l'Escola Superior de Disseny Goymar de Galícia; Adrià Doy Pou, de l'Escola Superior de Disseny Felicidad Duce de Barcelona; Tamara González, de l'Escola EPYCO de Astúries i Noemí Filgueira de l'ESDI Llotja de Barcelona.

Després d'una primera selecció del jurat, format per María Aranguren, Directora de Patrocinis de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, Nuria Mora, Directora Creativa de 080 Barcelona Fashion, el dissenyador Miguel Palacio i representants de Coca-Cola, es va reunir per a decidir el disseny guanyador.

Dress Coke ha comptat amb la participació d'estudiants i recent llicenciats en disseny de les principals escoles nacionals, han demostrat l'alt nivell existent al nostre país, no solament en quant al disseny sinó també en quant a la confecció.

El guanyador de Dress Coke es coneixerà a un esdeveniment especial que tindrà lloc dins l'entorn de 080 Barcelona Fashion. I els dissenys s'exposaran tant a 080 Barcelona Fashion com a la Madrid Mercedes-Benz Fashion Week.

Dress Coke es el concurso de diseño de moda de Coca-Cola, dirigido a jóvenes diseñadores, y a través del que se seleccionará el nuevo uniforme de la red comercial de Coca-Cola Iberian Partners.

El concurso, que se inició en el mes de septiembre, llega a su fase final, tras la selección de cinco finalistas: Cristina Castro y Carlota García, ambas de la Escuela Superior de Diseño Goymar de Galicia; Adrià Doy Pou, de la Escuela Superior de Diseño Felicidad Duce de Barcelona; Tamara González, de la Escuela EPYCO de Asturias y Noemí Filgueira de la ESDI Llotja de Barcelona.

Tras esta primera selección el jurado, formado por María Aranguren, Directora de Patrocinios de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, Nuria Mora, Directora Creativa de 080 Barcelona Fashion, el diseñador Miguel Palacio y representantes de Coca-Cola, se reunió para decidir el diseño ganador.

Dress Coke ha contado con la participación de estudiantes y recién licenciados en diseño de las principales escuelas nacionales, que han demostrado el alto nivel existente en nuestro país, no sólo en diseño sino también en confección.

El ganador de Dress Coke se conocerá en un evento especial desarrollado en el entorno de 080 Barcelona Fashion. Y los diseños se expondrán tanto en el certamen de 080 Barcelona Fashion como en la Madrid Mercedes-Benz Fashion Week.

Dress Coke is the fashion design contest of Coca-Cola addressed to young designers. Through this contest, it will be selected the new uniform for the commercial network of Coca-Cola Iberian Partners.

Dress Coke began in September and reaches now its final stage, after the selection of five finalists who made the designs presented to the final jury.

The jury, which met in mid-January, is composed of María Aranguren, Director of Sponsorship Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, Nuria Mora, Creative Director of 080 Barcelona Fashion, the designer Miguel Palacio and representatives of Coca-Cola.

The contest has had the participation of students and recent graduated in design of major national schools, which have shown the existing high level in our county, not only in design but also in tailoring.

Dress Coke winner will be announced at a special event held in 080 Barcelona Fashion. The designs will be exposed in Madrid Mercedes-Benz Fashion Week.



VESTEIX-NOS AMB EL TEU TALENT.



CONCURS DE DISSENY

El concurs de disseny dels uniformes
de la xarxa comercial de
Coca-Cola Iberian Partners ja té guanyador.

El jove dissenyador i la seva creació
es donaran a conèixer a la passarel·la

080 Barcelona Fashion

dresscoke.com

OPEN AREA

080 TV CHANNEL

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

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

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

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

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

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

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

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

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

[GIMODA]

GIRONA DISSENYA

Durant quatre dies, Girona mostrarà dissenys tèxtils i complements creats per talents amb denominació d'origen.

Del 18 al 21 de març, deixa't sorprendre pel disseny gironí!

GIRONA DISEÑA

Durante cuatro días, Girona mostrará diseños textiles y complementos creados por talentos con denominación de origen.

¡Del 18 al 21 de marzo, déjate sorprender por el diseño gerundense!

GIRONA DESIGNS

For four days Girona will be showing textile designs and accessories created by its talented home-grown designers.

From 18 to 21 March let Girona's textile design amaze you!

Mitjans oficials:

Amb el suport de



Diputació de Girona

Ajuntament



de Girona

Segueix-nos:      #gimodat



OPEN AREA

080 FASHION MARKET

[POP-UP STORES]

Alèxia Grustan

Prêt-à-Porter Dona / Mujer /
Woman // Complements /
Complementos / Accessories
T. +34 625 142 505
www.alexia-grustan.com
alexia-grustan@gmail.com
Dissenyador / Diseñador /
Designer: Alèxia Grustan Vidal

Alexia Ulibarri

Prêt-à-Porter Dona /
Mujer / Woman
T. +34 622 720 844
www.alexiaulibbarri.com
lino@alexiaulibbarri.com
Dissenyador / Diseñador /
Designer: Alexia Ulibarri

BCN Brand

Sneackers Prêt-à-Porter
Tel: +34 932 019 022
www.bcnbrand.com
pablo@bcnbrand.com
Dissenyador / Diseñador /
Designer: Pablo Caralps

BiU by Bartomeu i Uribe

Prêt-à-Porter Dona /
Mujer / Woman
T. +34 933 150 070
www.biubarcelona.com
bartomeuiuribe@gmail.com
Dissenyadores / Diseñadoras /
Designers: Irene Bartomeu i
Gloria Uribe

Boria&Coria

Complements / Complementos /
Accessories // Bosses /
Bolsas / Bags
T. +34 626 578 336
www.boriaandcoria.com
boriaandcoria@gmail.com
Dissenyadores / Diseñadoras /
Designers: Beth Puig-Doria (Isabel)
i Isabel Puig Doria

Brott Barcelona

Complements / Complementos /
Accessories
T. + 34 938 274 515
www.brottdog.com
guau@brottdog.com
Dissenyadors / Diseñadores /
Designers: Marc Velasco
i Marta Huguet

CACHE.TOI Barcelona

Complements /
Complementos / Accessories
T. +34 679 496 508
www.cachetoi-bcn.com
info@cachetoi-bcn.com
Dissenyador / Diseñador /
Designer: Daniela Calamita Dubois

Celeni

Prêt-à-Porter Dona /
Mujer / Woman
T. +34 622 720 844
www.celeni.hu
cselenyieszter@gmail.com
Dissenyador / Diseñador /
Designer: Eszter Cselenyi

Colette Barcelona

Joieria textil / Joyería Tèxtil /
Textile jewelry
T. +34 170 81 23
www.colettebarcelona.com
info@colettebarcelona.com
Dissenyador / Diseñador /
Designer: Susana Soler Lucas

Costalamel

Prêt-à-Porter Dona / Mujer /
Woman // Prêt-à-Porter Home /
Hombre / Man
Tel: +34 650 963 763
www.costalamel.com
costalamel@gmail.com
Dissenyador / Diseñador /
Designer: Ernest Costafreda

Crazy Dreams

Prêt-à-Porter Dona / Mujer /
Woman // Complements /
Complementos / Accessories
T. + 34 936 587 688
www.crazydreams.es
comunicacion@crazydreams.es
Dissenyadores / Diseñadoras /
Designers: Carla Ramells i
Anna Cortés

Cuadecuc

Complements /
Complementos / Accessories
Joieria / Joyería / Jewelry
T. +34 678 579 141
www.cuadecuc.com
info@cuadecuc.com
Dissenyador / Diseñador /
Designer: Montse Figueras

Gemma López Barcelona

Joieria / Joyería / Jewelry
T. +34 658933378 · +34 933182135
www.gemmalopez.com
joan@gemmalopez.com
Dissenyador / Diseñador /
Designer: Gemma López

Gemsgems

Complements /
Complementos / Accessories
Joieria / Joyería / Jewelry
T. +34 678 560 317
www.gems-gems.com
info@gems-gems.com
Dissenyadores / Diseñadoras /
Designers: Gemma Solà i
Pilar Tafanell

GSBears

Peces d' art decoratives /
Piezas de arte decoratives / Home
decoration work of art
T. +34 661 290 941
www.gsbears.com
info@gsbears.com
Dissenyadors / Diseñadores /
Designers: Gerard Solà Borguñó i
Bibiana Nogueras Bosch

HÀBIT

Joieria / Joyería / Jewelry
Tel: +34 932 009 474
www.habitbcn.com
habit@telefonica.net
Dissenyador / Diseñador /
Designer: J. Miquel Barberà

Houseofm

Prêt-à-Porter Home /
Hombre / Man // Complements /
Complementos / Accessories
Tel: +34 917 554 183
www.houseofm.es
houseofm@mutador.com
Dissenyadors / Diseñadores /
Designers: Luis Enmanuel Otero
(Leo) - Javier Rico Ascariz (Rico)

Kate Almighty

Prêt-à-Porter Dona /
Mujer / Woman
T. +34 622 720 844
www.katealmighty.com
kate@katealmighty.com
Dissenyador / Diseñador /
Designer: Katarina Dzale

Legend

Complements / Complementos /
Accessories

T. +34 932 540 342

+34 930 085 825

www.legendbelts.com

isouto@alphaagency.es

Dissenyador / Diseñador /

Designer: Erik Van Zone Mode

Lito & Lola

Complements /

Complementos / Accessories

Joieria / Joyería / Jewelry

Tel: +34 931 132 102

www.litoylola.com

info@litoylola.com

Dissenyador / Diseñador /

Designer: Mireia Martí

Lola Nomada

Prêt-à-Porter Dona / Mujer /

Woman // Complements /

Complementos / Accessories

T. +34 722 309 753

www.lolanomada.com

annabel@lolanomada.com

Dissenyador / Diseñador /

Designer: Lola Nomada

Makrama

Joieria / Joyería / Jewelry

T. 34 646 959 262

www.makrama.es

arte@makrama.es

Dissenyadors / Diseñadores /

Designers: Andre Reis i

Marta Robles

Miguel Alex

Prêt-à-Porter Dona /

Mujer / Woman

www.miguelalex.com

contact@miguelalex.com

Dissenyador / Diseñador /

Designer: Miguel Alex

n.u.s.k

Prêt-à-Porter Dona /

Mujer / Woman

T. +34 649 810 705

www.nusk.es

info@nusk.es

Dissenyador / Diseñador /

Designer: Sònia Tebé

Olé Morena

Calçat / Calzado / Shoes

T. +34 692284889 · +34 695922634

www.olemorena.es

info@olemorena.es

Dissenyadores / Diseñadoras /

Designers: Dorleta Saenz de

Olazagoitia i Sandra Aparicio

Parselona

Calçat / Calzado / Shoes

T. +34 608 680 776

www.parselona.com

info@parselona.com

Dissenyador / Diseñador /

Designer: Behnaz Rezaei

Pitousse by Lott

Complements / Complementos /

Accessories // Bosses /

Bolsas / Bags

T. + 34 669681520 · +34 679995757

www.pitoussebylott.com

pitoussebylott@gmail.com

Dissenyadors / Diseñadores /

Designers: Carmen Alonso Pazos

i Jose Luis Murcia Chica

Quirky Me

Prêt-à-Porter Dona /

Mujer / Woman

T. +34 659 677 784

www.quirky-me.com

cintia@quirky-me.com

Dissenyador / Diseñador /

Designer: Cintia González

Taranta

Complements /

Complementos / Accessories

Joieria / Joyería / Jewelry

T. +34 620 245 362

www.taranta.es

administracion@taranta.es

Dissenyadors / Diseñadores /

Designers: Andrea Rodriguez

i Montse Rodriguez

Txano Complements

Complements /

Complementos / Accessories

T. 34 610 421289

www.txano.es

info@txano.es

Dissenyador / Diseñador /

Designer: Isabel María González

Uia Design

Joieria / Joyería / Jewelry

T. +34 618 249 869

www.uiadesign.com

uia@uiadesign.com

Dissenyador / Diseñador /

Designer: Núria Bacardit

Uniqbrow

Ulleres de sol / Gafas de sol / Sun-

glasses · T. +34 688 332 252

www.uniqbrow.com

cris@uniqbrow.com

Dissenyadors / Diseñadores /

Designers: Andrew Swiler i

Cristina Brossa

Virginia Dröm

Bosses / Bolsas / Bags

T. + 34 676 777 041

www.virginiadrom.es

virginiadrombcn@gmail.com

Dissenyador / Diseñador /

Designer: Virginia Bernal

VSB Barcelona

Joieria / Joyería / Jewelry

www.vsbbarcelona.com

info@vsbarcelona.com

Dissenyadors / Diseñadores /

Designers: Juan Cañete i

Gabriel Silvestri

Wild Clothing

Prêt-à-Porter Dona / Mujer /

Woman · T. +34 930 009 582

www.wildcompanyclothing.com

wildcompanyclothing@gmail.com

Dissenyadors / Diseñadores /

Designers: Edgar de la Rosa i

Tania Maldonado

Woodys Barcelona

Ulleres de fusta / Gafas de madera /

Wooden glasses

T. + 34 938 869 110

www.woodysbarcelona.com

info@woodysbarcelona.com

Dissenyador / Diseñador /

Designer: Josep Dosta

Xavi Grados

Prêt-à-Porter Home / Hombre /

Man · T. +34 628 255 734

www.xavigrados.com

info@xavigrados.com

Dissenyador / Diseñador /

Designer: Xavi Grados

OPEN AREA

080 FASHION MARKET

[POP-UP STORES]

Pop-ups de les escoles de moda de Barcelona
Pop-ups de las escuelas de moda de Barcelona
Barcelona Fashion Schools' Pop-ups

Pop-ups Escoles de Moda

Les escoles tindran presència a la zona de pop-ups d'aquesta edició.

Cada escola ha pogut seleccionar alumnes i ex-alumnes i oferir-los l'espai per a la promoció i/o venda de les seves col·leccions, així com altres accions de dinamització dels espais.

Escoles participants:

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

Pop-ups Escuelas de Moda

Las escuelas tendrán presencia en la zona de pop-ups de esta edición.

Cada escuela ha podido seleccionar alumnos y ex-alumnos y ofrecerles un espacio para la promoción y/o venta de sus colecciones, así como otras acciones de dinamización de los espacios.

Escuelas participantes:

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

Fashion Schools Pop-Ups

The Fashion schools will be present in this edition's pop-up shops area.

Each school has selected one or more students and/or alumni and offered them the space to promote and sell their collection.

Participating schools:

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

Dóna més intensitat
a la teva vida
amb els 100 Mb



Fibra



MASTER CLASS

RUVEN AFANADOR

04 / 02 / 2015. 10h - 12h

Arts Santa Mònica - Claustre

Ruven Afanador és un dels fotògrafs de personatges i moda més cotitzats del món. La seva extensa obra es distingeix per un opulent classicisme avivat per un punt de vista irreverent i un sorprenent llenguatge visual il·luminat per l'extravagant emoció de la seva herència llatinoamericana i matisat per un erotisme exquisit. Encara que viu a Nova York i es mou en l'elitista món de la moda i la celebritat internacional va néixer a Bucaramanga, Colòmbia, on va viure fins a l'adolescència una infantesa romàntica en un fascinant entorn que deixa una profunda empremta en la seva obra. A l'edat de catorze anys Afanador es trasllada als Estats Units on estudia art i descobreix l'encís de la càmera. El 1987 viatja a Milà per afinar la seva tècnica i enriquir la seva estètica. Arriba a Nova York el 1990 i capta l'atenció d'editors que sol·liciten el seu treball per a revistes de moda i campanyes publicitàries. En aquest moment comença a destacar com a retratista i la seva obra apareix en les revistes més importants del món: New York Times Magazine, The New Yorker, Vanity Fair, The Hollywood Reporter, Paris Match, Yo Donna, Citizen K i Madame Figaro entre d'altres. El seu llistat de clients no és menys impressionant: Christian Dior, Yves Saint Laurent, Moschino, Hugo Boss, Guerlain, Lancôme, L'Oréal, Victoria's Secret, Bergdorf Goodman's, Nordstrom's, o Neiman Marcus. Ha exposat la seva obra als Estats Units, Colòmbia, Argentina, Espanya, França, Itàlia, Japó i Xina. Té editats quatre llibres: Torero (2001), Sombra (2004), Mil Besos (2009) i Angel Gitano (2014).

Ruven Afanador es uno de los fotógrafos de personajes y moda más cotizados del mundo. Su extensa obra se distingue por un opulento clasicismo avivado por un punto de vista irreverente y un asombroso lenguaje visual iluminado por la extravagante emoción de su herencia latinoamericana y matizado por un erotismo exquisito. Aunque vive en Nueva York y se mueve en el elitista mundo de la moda y la celebridad internacional nació en Bucaramanga, Colombia, donde vivió hasta la adolescencia una niñez romántica en un fascinante entorno que deja una profunda huella en su obra. A la edad de catorce años Afanador se traslada a los Estados Unidos donde estudia arte y descubre el hechizo de la cámara. En 1987 viaja a Milán para afinar su técnica y enriquecer su estética. Llega a Nueva York en 1990 y capta la atención de editores que solicitan su trabajo para revistas de moda y campañas publicitarias. En este momento comienza a destellar como retratista y su obra aparece en las revistas más importantes del mundo: New York Times Magazine, The New Yorker, Vanity Fair, The Hollywood Reporter, Paris Match, Yo Donna, Citizen K y Madame Figaro entre otras. Su listado de clientes no es menos impresionante: Christian Dior, Yves Saint Laurent, Moschino, Hugo Boss, Guerlain, Lancôme, L'Oréal, Victoria's Secret, Bergdorf Goodman's, Nordstrom's, o Neiman Marcus. Ha expuesto su obra en Estados Unidos, Colombia, Argentina, España, Francia, Italia, Japón y China. Tiene editados cuatro libros: Torero (2001), Sombra (2004), Mil Besos (2009) y Ángel Gitano (2014).

Ruven Afanador is one of the most sought fashion and portrait photographers worldwide. His extensive work is distinguished by an opulent classicism spiced up by an irreverent point of view and an amazing visual language illuminated by the extravagant excitement of its Latin American heritage and tinged with an exquisite eroticism. While living in New York amongst the elitist fashion world and international celebrities he was born in Bucaramanga, Colombia, where he lived a romantic childhood in a fascinating place that left a deep imprint on his work. At the age of fourteen Afanador moved to the United States where he studied art and discovered the charm of the camera. In 1987 he travels to Milan to hone his technique and enhance its aesthetics. He arrives back in New York in 1990 and captures the attention of editors who want to work with him for fashion editorials and advertising campaigns. At this point Afanador begins to stand out as a portrait photographer and his work is published in major publications around the world: New York Times Magazine, The New Yorker, Vanity Fair, The Hollywood Reporter, Paris Match, Yo Donna, Citizen K and Madame Figaro among others. His client list is no less impressive: Christian Dior, Yves Saint Laurent, Moschino, Hugo Boss, Guerlain, Lancôme, L'Oréal, Victoria's Secret, Bergdorf Goodman's, Nordstrom's and Neiman Marcus. His work has been seen in exhibitions in the United States, Colombia, Argentina, Spain, France, Italy, Japan and China. He has published four books: Torero (2001), Sombra (2004), Mil besos (2009) and Angel Gitano (2014).

BRAIN&BEAST

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

02 / 02 / 2015 - 19h

Biografia / Biografía / Biography



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 Ángel 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 Ángel Vilda, who previously managed his own brand, César Olivar, with an extensive background in costume design, and Verónica Raposo, designer and former student of Ángel 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.

Dissenyador / diseñador / designer:
Àngel Vilda

Marca comercial / commercial brand:
BRAIN & BEAST

Adreça / dirección / address:
Carrer Canvis Nous, 10
08003 Barcelona

T. +34 315 87 56

www.brainandbeast.com
info@brainandbeast.com
facebook.com/brainandbeast
twitter.com/brainandbeast
Instagram: @brainandbeast
#brainandbeast

Col·lecció / Colección / Collection



"WOMAN WITH RED EYES"
by J. De la Roca
Shooting: Robert Adams for the Museum of the Western Coast, 1960s and 1970s



BRAIN & BEAST
BARCELONA

Décalogue, Part IX < MANIAC >. Winter 2015 – 2016

Destrudo és en psicoanàlisi un terme introduït per Edoardo Weiss que fa referència a l'energia de l'impuls destructiu. El seu contrari és la libido o impuls per crear. Destrudo és allò que ens incita a destruir tot el que toquem, fins i tot a nosaltres mateixos.

Segons Freud, té el seu origen en la pulsio de mort o Tánatos, latent en tot ésser humà, sovint irrefrenable. Una educació basada a la cultura de la por ens genera ansietat, complex de culpa i necessitat de fugir.

< MANIAC > és unacrada a alliberar la bèstia interna, a assumir les nostres pors com a exercici de superació de traumes i fòbies paralitzants. No hi ha ombra sense llum i és precisament aquí on anem.

Décalogue, Part IX < MANIAC >. Winter 2015 – 2016

Destrudo es en psicoanálisis un término introducido por Edoardo Weiss que hace referencia a la energía del impulso destructivo. Su contrario es la libido o impulso para crear. Destrudo es aquello que nos incita a destruir cuanto tocamos, incluso a nosotros mismos.

Según Freud, tiene su origen en la pulsión de muerte o Tánatos, latente en todo ser humano, a menudo irrefrenable. Una educación establecida sobre la cultura del miedo nos genera ansiedad, complejo de culpa y necesidad de escape.

< MANIAC > es una llamada a liberar la bestia interna, a asumir nuestros miedos como ejercicio de superación de traumas y fobias paralizantes. No hay sombra sin luz y es precisamente ahí donde vamos.

Décalogue, Part IX < MANIAC >. Winter 2015 – 2016

Destrudo (or Destrado) is a term first introduced by the Italian psychoanalyst Edoardo Weiss in 1935 and refers to the energy of the destructive impulse. Whilst the libido – literally 'the energy from Eros' – is the drive to create, Destrudo is the drive that encourages us to destroy all that is within our reach, even including our own selves.

Based as we are in a culture of fear, the human being lives within a beast that is very difficult to tame and the repression of these urges can in certain circumstances generate feelings of anxiety, guilt and a need to escape.

MANIAC calls to release the inner beast, to accept the fear in our lives as both ordinary and necessary for the survival of the species and, in addition, as an exercise to overcome traumas and cope with crippling phobias. Thus, it is understood that there is no shadow without light. However, it is always to the light that we should run...

CELIA VELA

02 / 02 / 2015 - 17.30h

Biografia / Biografía / Biography



Des del 1998 té botiga pròpia a Figueres. El 2003 amplia la botiga amb un nou espai dedicat a les núvies. S'introdueix al mercat japonès el 1999. Des del 2001 fins al 2006 participa a l'Espai Cibeles-SIMM.

El 2003 i el 2004 presenta les seves col·leccions al saló Atmosphère de París. Durant el mes d'octubre del 2005 realitza una exposició titulada "Celia Vela-10 anys, 10 mirades de moda" al Museu de l'Empordà de Figueres, amb motiu del 10è aniversari de la firma.

El 2007 participa al Bread & Butter de Barcelona. Des del 2009, té showroom permanent a Tòquio. Des del 2010 participa a la Passarel·la 080 de Barcelona. Participa en conferències sobre disseny i moda habitualment des del 1998.

Desde 1998 tiene tienda propia en Figueras. En el 2003 amplia la tienda con un nuevo espacio dedicado a novias. Se introduce en el mercado japonés en el 1999. Desde el 2001 hasta el 2006 participa en el Espacio Cibeles-SIMM.

En el 2003 y el 2004 presenta sus colecciones en el salón Atmosphère de París. Durante el mes de octubre de 2005 realiza una exposición titulada "Celia Vela-10 años, 10 miradas de moda" en el Museo del Empordán en Figueras, con motivo del décimo aniversario de la firma.

En el 2007 participa en el Bread & Butter de Barcelona. Desde el 2009 tiene showroom permanente en Tokio. Desde el 2010 participa en la Pasarela 080 de Barcelona. Participa en conferencias sobre diseño y moda habitualmente desde 1998.

Since 1998 she has had her own shop in Figueres, Catalonia. In 2003 she expands the shop to include a new space dedicated to bridalwear. In 1999 she moves into the Japanese market. From 2001 to 2006 she participated in the fashion show Space Cibeles-SIMM.

In 2003 and 2004 she presented her collections at the Paris Salon Atmosphère. In October 2005 she gave an exhibition entitled, "Celia Vela - 10, 10 fashionable looks" at the Museum of the Empordà, Figueres, to mark the 10th anniversary of the firm.

In 2007 she participated in Bread & Butter Barcelona. From 2009 on she has a permanent showroom in Tokyo. Since 2010 she has participated in the 080 Barcelona fashion show. She has regularly lectured on design and fashion since 1998.

Marca comercial / commercial brand:
Celia Vela

Adreça / dirección / address:
Carrer Banyuls, 2, baixos
17600 Figueres

T. +34 972 674 617

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

Col·lecció / Colección / Collection



Celia Vela

Tardor-hivern 2015/16

Si voleu conèixer la història que ha inspirat aquesta col·lecció, haureu de venir a la nostra desfilada.

Otoño-invierno 2015/16

Si queréis conocer la historia que ha inspirado esta colección, tendréis que venir a nuestro desfile.

Fall-winter 2015/16

*If you want to know the story that
inspired this collection, you will have
to come to our show.*

CUSTO BARCELONA

04 / 02 / 2015 - 21h

Biografia / Biografía / Biography

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 surfistas 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.

Dissenyador / diseñador / designer:
Custo Dalmau

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
facebook.com/custobarcelona
Twitter: @custobarcelona
Instagram: @custobarcelona



custo
BARCELONA

Col·lecció / Colección / Collection

Primera mirada a la col·lecció
Tardor Hivern 1516

Primera mirada a la colección
Otoño Invierno 1516

*First look at the Fall Winter 1516
collection*

EDGAR CARRASCAL

02 / 02 / 2015 - 16h

Biografia / Biografía / Biography



Vaig néixer a Barranquilla, una ciutat de la costa del nord de Colòmbia i un port important de Llatinoamèrica. Tota aquesta sensibilitat vers el sol, el mar i la indústria convergeixen a Barcelona, i és aquí on decideixo crear la marca que porta el meu nom: Edgar Carrascal. Tinc una formació sòlida, tant en disseny i creació de moda com en màrqueting i comunicació. He estudiat disseny de moda al Fashion Institute of Technology (FIT) de Manhattan, Nova York (NY); disseny de moda a la Colegiatura Colombiana de Medellín, i un màster en màrqueting i comunicació de moda a l'Institut Europeu del Disseny de Barcelona. Considero que la meva experiència en diferents escenaris i països m'ha aportat flexibilitat i desimboltura per adaptar-me sense problemes als diferents tipus d'activitats i assumir noves metodologies de treball. El meu afany és impulsar la meua firma de moda, a més de col·laborar amb empreses, marques i creadors, per buscar ser sempre vigent, amb una visió renovada del mercat, i així poder posar en marxa la passió que tinc pel meu treball. Gaudeixo de la moda i m'agrada emfatitzar en els detalls i donar un tractament poètic al guarda-roba masculí, sense perdre d'essència del propi ésser. D'això es tracta, la veritable moda. He treballat i col·laborat amb marques com Diesel, Levi's, Esprit, Swarovski, Citrique Heart, Prógono, Loewe, entre d'altres.

Nací en Barranquilla una ciudad de la costa norte Colombiana y puerto importante en Latinoamérica. Toda esta sensibilidad frente al sol, el mar y la industria convergen en Barcelona y es aquí donde decido crear la marca que lleva mi nombre: Edgar Carrascal. Tengo una formación sólida tanto en diseño y creación de moda, como en marketing y comunicación. He estudiado diseño de moda en el Fashion Institute of Technology (FIT) de Manhattan, New York (NY); diseño de moda en la Colegiatura Colombiana de Medellín y un Máster en Marketing y Comunicación de Moda en el Instituto Europeo di Design de Barcelona. Considero que mi experiencia en distintos escenarios y países me ha aportado flexibilidad y soltura para adaptarme sin problemas a los diferentes tipos de actividades, asumiendo nuevas metodologías de trabajo. Mi empeño es impulsar mi firma de moda, además de colaborar con empresas, marcas y creadores para buscar estar siempre en vigencia, con una visión renovada del mercado, y así poder poner en marcha la pasión que tengo hacia mi trabajo. Disfruto de la moda y me gusta enfatizar en los detalles y darle un tratamiento poético al guardarropa masculino, sin perder la esencia del propio ser. De esto trata la verdadera moda. He trabajado y colaborado con marcas como Diesel, Levi's, Esprit, Swarovski, Citrique Heart, Prógono, Loewe, entre otras.

I was born in Barranquilla, a city on the north coast of Colombia and an important port in Latin America. All this sensitivity to the sun, sea and industry converge on Barcelona and here I decided to create the brand that bears my name, Edgar Carrascal. I have a strong background in design, fashion design marketing and communication. I studied fashion design at the Fashion Institute of Technology (FIT) Manhattan New York (NY), Fashion Design Tuition in the Colegiatura Colombiana in Medellín and a Master in Fashion Marketing and Communication at the Istituto Europeo di Design in Barcelona. I believe that my experience in different settings and countries has given me the flexibility and freedom to adapt smoothly to different types of activities, taking on new methodologies as required. My commitment is to promote my fashion company and work with companies, brands and creators, always seeking to be up to date with a renewed vision of the market and to implement the passion that I have for my work. I enjoy fashion and like to emphasize details and give a poetic treatment to the male wardrobe without losing the essence of being, this is real fashion. I have worked and collaborated with brands like Diesel, Levi's, Esprit, Swarovski, Citrique Heart, Prógono and Loewe, among others.

Dissenyador / diseñador / designer:
Edgar Carrascal

Marca comercial / commercial brand:
Edgar Carrascal

Adreça / dirección / address:
Valencia 270 pral 1
08007 Barcelona

T. +34 637 984 130

www.edgarcarrascal.com
carrascal@edgarcarrascal.com
facebook.com/bycarrascal
Twitter: Edgar_Carrascal
Instagram: Edgar Carrascal

Col·lecció / Colección / Collection



EDGAR CARRASCAL

Blue Rose

Les col·leccions que desenvolupo tenen com a punt de partida l'estat d'ànim al qual m'enfronto. Per a aquesta col·lecció, m'he trobat amb sentiments contraposats davant de dues ciutats importants a la meua vida, com són Medellín i Barcelona. He decidit buscar un element que em reconfortés i, al mateix temps, que les connectés, la rosa, però tintada d'un color tan blau com el sentiment melancòlic de poder ser lluny de totes dues algun dia. Aquesta col·lecció es basa en la interacció de l'home actual amb el seu cos i amb l'arquitectura humana. Tenint en compte els 4 pilars importants que articulen el meu procés de disseny (actualitat, tendències, poètica i masculinitat), he concebut una proposta de poètica urbana, que té com a eix de tota la col·lecció la camisa, una peça fonamental de la marca. Retorno al concepte d'unseason i aplico materials de qualitat, com el clàssic cotó ginza. En aquesta col·lecció faig un gir als referents de la camiseria masculina clàssica i creo una proposta compacta i coherent. Els materials d'aquesta col·lecció són cotó, poliamida, llanes fredes i materials no convencionals, com la placa de poliestirè, que em porten a crear textures com filigranes i pètals. Altres textures són els prisats en camises de popelín elàstic i flors retallades a mà, que s'entrellacen amb espigues formades per línies agudes i serrells de seda que envolten el cos. "Blue Rose" es tenyeix de blancs, negres i blaus, acompanyats d'accentos daurats i platejats. La proposta per a la pròxima temporada Tardor-Hivern 2015-2016.

Blue Rose

Las colecciones que desarrollo tienen como punto de partida el estado de ánimo al que me enfrente. Para esta colección me he encontrado con sentimientos contrapuestos frente a dos ciudades importantes en mi vida como son Medellín y Barcelona. He decidido buscar un elemento que me reconfortara y al mismo tiempo las conectara, la Rosa, pero tintada de un color tan azul como el sentimiento melancólico de algún día poder estar lejos de ambas. Esta colección esta basada en la interacción del hombre actual con su cuerpo y la arquitectura urbana. Teniendo en cuenta los 4 pilares importantes (actualidad, tendencias, poética y masculinidad), que articulan mi proceso de diseño, he concebido una propuesta de poética urbana y que tiene como eje de toda la colección la camisa, pieza fundamental de la marca. Retomo el concepto unseason y aplico materiales de calidad como el clásico algodón ginza. En esta colección le doy un giro a los referentes de la camisería clásica masculina creando una propuesta compacta y coherente. Los materiales de esta colección son algodón, poliamida, lanas frías y materiales no convencionales, como la placa de poliestireno, que me llevan a crear texturas como filigranas y pétalos. Otras texturas son plisados en camisas de popelín elástico y flores recortadas a mano, que se entrelazan con espigas formadas por líneas agudas y flecos de seda que envuelven el cuerpo. "Blue Rose" se tiñe de blancos, negros y azules acompañados de acentos dorado y plata. La propuesta para la próxima temporada Otoño-Invierno 2015-2016.

Blue Rose

My collections have as their starting point the mood that I am facing. For this collection I have encountered mixed feelings for the two major cities in my life; Medellín and Barcelona. I decided to search for an item that comforted me and at the same time connected the two cities: The Rose, but tinted as blue as the melancholy feeling of someday being away from them both. This collection is based on the interaction of modern man with his body and urban architecture. Considering the four major pillars (current affairs, trends, poetry and masculinity) that inform my design process, I developed a proposal for urban poetry on which the entire collection turns, the shirt; cornerstone of the brand. I have retaken the concept "Unseason" and applied to it quality materials like classic cotton ginza. In this collection, I give a twist to the classic male referents of shirtmaking, creating a compact and coherent proposal. The materials in this collection are cotton, polyamide, wool voile, and unconventional materials like polystyrene board, which lead me to create textures such as filigrees and petals. Other textures are pleated into spandex poplin shirts with hand-cut flowers intertwined with spikes formed by sharp lines and silk fringes surrounding the body. Blue Rose is dyed white, black and blue with gold and silver accents. The proposal for next Fall -Winter 2015-2016.

GEORGINA VENDRELL

04 / 02 / 2015 - 10h

Biografia / Biografía / Biography



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, a la 080 Barcelona Fashion, a la Islàndia Fashion Week i a la València Fashion Week, on també va guanyar el premi al millor dissenyador. Després d'un temps allunyada de les passarel·les, el seu retorn va ser a la 080, a l'edició tardor-hivern 14-15, amb la col·lecció "Dualism" per la qual va rebre la menció especial del jurat. I uns mesos més tard, va tornar a presentar, a la 080, la seva col·lecció d'estiu 2015, "Eclectic".

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 Islàndia Fashion Week y en la Valencia Fashion Week, donde ganó el premio al mejor diseñador. Tras un tiempo alejada de las pasarelas, su retorno fue en la 080, en la edición otoño-invierno 14-15, con la colección "Dualism", con la que recibió la mención especial del jurado. Y unos meses más tarde, volvió a presentar, en la 080, su colección de verano 2015 "Eclectic".

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 ensured her participation in the next edition and encouraged her to 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. After some time away from the catwalk, she made her return at the 080 fall-winter 14-15 fashion show, with the collection "Dualism", which received the prize: Jury's Special Mention. A few months later she has once again submitted a collection, this time titled "Eclectic", to the 080 Barcelona spring/summer 2015 edition.

Dissenyador / diseñador / designer:
Georgina Vendrell

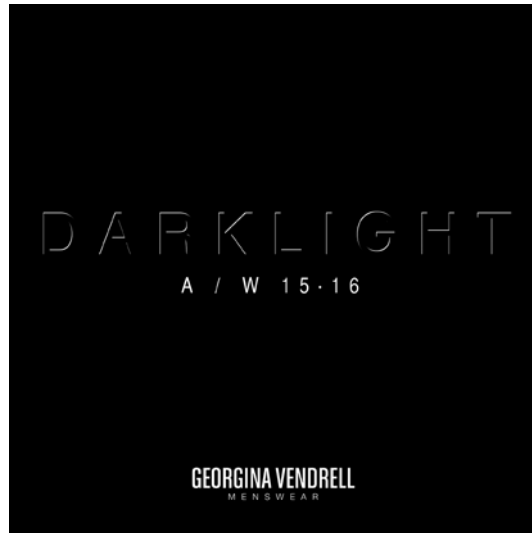
Adreça / dirección / address:
Carrer Sant Medí, 9
08110 Montcada i Reixac

www.georginavendrell.com
info@georginavendrell.com

Marca comercial / commercial brand:
Georgina Vendrell Menswear

T. +34 645 785 236

Col·lecció / Colección / Collection



DARKLIGHT

La col·lecció "Darklight" s'inspira en el futurisme i en allò conceptual. En la llum i en la foscor, en la nit i en la ciutat.

Una nova visió contemporània i avantguardista. Un somni de ciència-ficció. Un estil andrògin, minimalista i futurista.

Hi apareixen materials tecnològics i texturats. Un ús antagònic dels teixits. Gergues, punt, llanes i pell sintètica. Blancs i grisos contrasten sobre el negre com a protagonista.

Sastreria urbana, acabats tecnològics i textures futuristes. Clàssics reinventats, acabats tecnològics i textures futuristes.

DARKLIGHT

La colección "Darklight" se inspira en el futurismo y en lo conceptual. En la luz y en la oscuridad, en la noche y en la ciudad.

Una nueva visión contemporánea y vanguardista. Un sueño de ciencia ficción. Un estilo andrógino, minimalista y futurista.

Aparecen materiales tecnológicos y texturizados. Uso antagónico de los tejidos. Sargas, punto, lanas y piel sintética. Blancos y grises contrastan sobre el negro como protagonista.

Sastrería urbana, siluetas arquitectónicas y líneas serenas. Clásicos reinventados, acabados tecnológicos y texturas futuristas.

DARKLIGHT

The Darklight collection is inspired on futurism and the conceptual. On darkness and light. On night and the city.

An avant-garde contemporary vision. A science fiction dream. An androgynous minimalist futuristic style.

Textured technological fabrics make their appearance. Materials clash. Twills, knitwear, wools and synthetic leathers. Whites and grays contrast on black-the star color.

Urban tailoring, architectural silhouettes and serene lines. Reinvented classics, technological finishes and futuristic textures.

ISOMETRIC

04 / 02 / 2015 - 10h

Biografia / Biografía / Biography



Isometric és el projecte creatiu compartit pels dissenyadors Joan Ros garrofé i Jessica Montes Bonito.

Es coneixen treballant a Martín Lamothe. Ell ha estat dissenyador de la línia d'home i d'estampats des del 2012, i ella assistenta de disseny. Joan Ros també és graduat en disseny de moda amb matrícula d'honor per Bau, Centre Universitari de Disseny, el 2014, i finalista als premis ModaFAD del mateix any. Jessica Montes és estilista per l'IDEP i finalista del concurs Photo Shoot Contest 2014.

Isometric es el proyecto creativo compartido por los diseñadores Joan Ros Garrofé y Jessica Montes Bonito.

Se conocen trabajando en Martín Lamothe donde él ha sido diseñador de la línea de hombre y estampados desde 2012 y ella asistente de diseño. Joan es también graduado en Diseño de Moda con Matrícula de Honor por la Universidad Bau en 2014, finalista a los premios MODAFAD del mismo año y ella estilista por IDEP y finalista del concurso Photo Shoot Contest 2014.

Isometric is the joint creative project by designers Joan Ros Garrofé and Jessica Montes Bonito.

They met while working at Martín Lamothe where he has been designing the men's line and prints since 2012 and her assistant designer. Joan is also a graduate in Fashion Design with honors from Bau University in 2014, finalist for the MODAFAD prize the same year and her, stylist for IDEP and finalist in the Photo Shoot Contest 2014.

Dissenyador / diseñador / designer:
Joan Ros · Jessica Montes

Marca comercial / commercial brand:
Isometric

Adreça / dirección / address:
C/Fusina n7 3r Esquerra
08003 Barcelona

isometricpress@gmail.com
facebook.com/isometric-press
twitter.com/isometricpress
instagram.com/isometricpress

Col·lecció / Colección / Collection



ISOMETRIC

Psique

Aquesta col·lecció es presenta com una declaració de principis de la marca. El concepte de tota la col·lecció es pot englobar amb la idea de la psique, la ment.

Les primeres línies de la col·lecció se sustenten en els conceptes més bàsics que va exposar Sigmund Freud. Una vegada hem accedit a tot allò intern, la col·lecció se centra en els traumes. Per a això hem utilitzat referents com Alfred Hitchcock o Luis Buñuel, cineastes les pel·lícules dels quals se centren en aspectes interns, personals i íntims dels protagonistes. Com a part final de la col·lecció, aquesta se centra en els somnis, i fa servir com a referent la imatge que comparteixen Hitchcock, Buñuel i Dalí: l'ull.

Psique

Esta colección se presenta como una declaración de principios de dicha marca. El concepto de toda la colección se puede englobar con la idea de la psique, mente.

Las primeras líneas de la colección están sustentadas por los conceptos más básicos que expuso Sigmund Freud. Una vez accedemos a todo aquello interno, la colección se centra en los traumas. Para ello hemos utilizado referentes como Alfred Hitchcock o Luis Buñuel, cineastas cuyas películas se centran en aspectos internos, personales e íntimos de la colección, esta se centra en los sueños, usando como referente la imagen que comparten Hitchcock, Buñuel y Dalí: el ojo.

Psyche

This collection is presented as a statement of principles of the brand. The concept of the whole collection can be encompassed by the idea of the psyche, mind.

The first lines of the collection are supported by the most basic concepts presented by Sigmund Freud. Once you access things internal, the collection focuses on traumas. For that we've used references such as Alfred Hitchcock and Luis Buñuel, filmmakers whose films focus on internal, personal and intimate aspects of their main characters. As for the final part of the collection, this focuses on dreams, using as a reference an image shared by Hitchcock, Buñuel and Dalí: the eye.

JOSEP ABRIL

03 / 02 / 2015 - 17.30h

Biografia / Biografía / Biography



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. El 2014, realitza el vestuari per a l'òpera "Fliegende Holländer" - La Fura dels Baus / Àlex Ollé - a l'Òpera de Lió, i rep el premi a la millor col·lecció tardor / hivern 2014-15 durant l'edició de gener del 2014 de la 080 Barcelona Fashion.

Nace en Barcelona en el 1962. Estudia bellas artes. Estudia diseño y moda en la "Escuela d'Arts i Tècniques de la Moda" (EATM) de Barcelona. Vive y trabaja en Barcelona. Crea su propia firma en el 1996. Josep Abril es una colección de hombre. Actualmente se comercializa a través de showrooms y tiendas multimarca. Se presenta con un desfile en Madrid y en Barcelona del 2003 al 2009. Es director creativo de la colección "Armand Basi One Home", presentada en París desde el 2007. En el año 2006 nace el proyecto "Bespoke" de sastrería a medida. En el 2007 forma Abril Studio, estudio de creación de conceptos y proyectos de moda. Lanza la línea "Uniformed By" de uniformidad de diseño. Crea vestuarios para espectáculos, teatro y ópera. Imparte clases y workshops en diferentes escuelas de diseño (IED, ESDi, Elisava y Felicidad Duce). Ejerce de consultor externo y director de arte. En el 1991 gana el primer premio Gaudí para nuevos diseñadores. En el año 2004 recibe el premio GQ al mejor diseñador nacional de hombre. En el 2008 recibe el Premio "Barcelona és Moda" al mejor profesional. En el 2014, realiza el vestuario para la ópera "Fliegende Holländer" - La Fura dels Baus / Alex Ollé en la Ópera de Lyon, y recibe el premio a la mejor colección otoño/invierno 2014-15 durante la edición de enero del 2014 de la 080 Barcelona Fashion.

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. In 2014 he does the costume design for the opera "Fliegende Holländer" - La Fura dels Baus / Alex Ollé - Opera de Lyon and receives the award for the best collection fall / winter 2014-15 during the January 2014 edition 080 Barcelona Fashion.

Dissenyador / diseñador / designer:
Josep Abril

Adreça / dirección / address:
Consell de Cent, 159
Barcelona 08015

www.josepabril.com
contact@josepabril.com

Marca comercial / commercial brand:
JOSEP ABRIL

T. +34 930 047 280
T. +34 640 666 525

[illegible]

JOSEP ABRIL

FW#1516N36 GHOSTS

FW#1516N36 GHOSTS

FW#1516N36 GHOSTS

JUSTICIA RUANO

05 / 02 / 2015 - 17.30h

Biografia / Biografía / Biography



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, xantillis, 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 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 cuidada 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, chantillis, 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, chantillis, 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.

Dissenyador / diseñador / designer:
Justicia Ruano

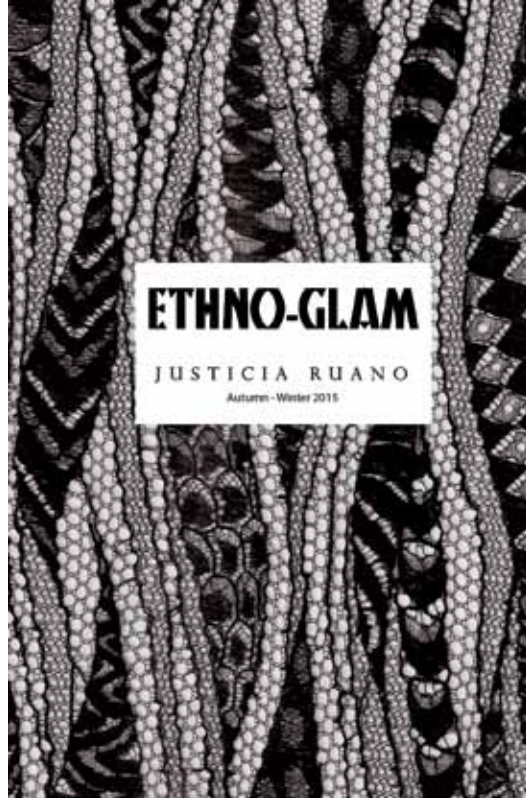
Adreça / dirección / address:
Carrer Diputació 293, Entlo 2^a
Barcelona 08009

www.justiciaruano.com
info@justiciaruano.com
Facebook: JUSTICIARUANO

Marca comercial / commercial brand:
JUSTICIA RUANO

T. +34 933 078 130

Col·lecció / Colección / Collection



ETHNO-GLAM

Teixits naturals, com el cotó, la llana i la seda, combinats amb teixits innovadors, com els cuirs tractats i els neoprens.

Estructures i gràfics geomètrics amb pinzellades ètniques i textures rústiques, que es tornen exuberants amb les sedes

ETHNO-GLAM

Tejidos naturales como el algodón, la lana y la seda, combinados con tejidos innovadores, como los cueros tratados y los neoprenos.

Estructuras y gráficos geométricos con pinceladas étnicas, rústicas texturas que se vuelven exuberantes con las sedas.

ETHNO-GLAM

Natural fibers like cotton, wool and silk, combined with innovative ones like treated leather and neoprene.

Geometric graphics and structures with ethnic dashes in the coarse textures silk expresses so well.

KRIZIA ROBUSTELLA

04 / 02 / 2015 - 11.30h

Biografia / Biografía / Biography



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.

Dissenyador / diseñador / designer:
Krizia Robustella

Marca comercial / commercial brand:
Krizia Robustella

Adreça / dirección / address:
c/ Sant Pere mes Alt, 50
Barcelona 08003

T. +34 932 682 668

www.kriziarobustella.com
krizia@krizarobustella.com
Facebook: krizia robustella
Twitter: krobustella

Col·lecció / Colección / Collection



SICKLY SWEET BEARS

Tan adorats com odiats, indubtablement els Óssos Amorosos han marcat més d'una generació. Aquest també és el cas de Krizia Robustella, que ha decidit jugar amb ells per estampar-los en la seva última col·lecció tardor-hivern 2015-2016, anomenada "SICKLY SWEET BEARS", que es presentarà a la 080 Barcelona Fashion.

Estampats de mida XXL, peces oversize, neoprè, encoixinats, pèl... a priori amb una temàtica infantil i cursi, però a la qual Robustella afegeix l'aire de gàngsta hip-hoper que la caracteritza.

Tampoc no hi poden faltar les gordes, les cadenes, les canelleres i les vambes Reebook, directes des del gueto, amb les quals podrem riure'ns de tots els que creien que ens mamàvem el dit.

text by Isabel Sánchez-Vallejo

SICKLY SWEET BEARS

Tan adorados como odiados, indubtablemente los Osos Amorosos han marcado a más de una generación. Ese es también en el caso de Krizia Robustella, que ha decidido jugar con ellos para estamparlos en su última colección fw 2015-16, llamada SICKLY SWEET BEARS que se presentará en la 080 Barcelona Fashion.

Estampados tamaño XXL, prendas oversize, neopreno, acolchados, pelo... a priori con una temática muy infantil y ñoña, pero a la que Robustella le añade el aire gangsta hip-hoper que la caracteriza.

No pueden faltar tampoco las gorras, cadenas, muñequeras, y zapatillas Reebook directas desde el ghetto con las que podremos reírnos de todos los que creían que nos chupamos el dedo.

Texto by Isabel Sánchez-Vallejo

SICKLY SWEET BEARS

Loved and hated in equal measure, the Care Bears undoubtedly left their mark on more than one generation. Krizia Robustella was marked and she has decided to play by adorning her latest collection with them. The collection she will present at Barcelona 080 is entitled fw 2015-16 SICKLY SWEET BEARS.

XXL prints, oversize garments, padded neoprene, fur ... a priori with a very childlike and sappy theme but to which she adds the Robustella hip-hop gangsta air that characterizes her.

Not to be missed: caps, chains, wristbands, and Reebook trainers hot from the ghetto with which we can laugh at everyone who thinks we were born yesterday.

text by Isabel Sánchez-Vallejo

LEBOR GABALA

03 / 02 / 2015 - 12.30h

Biografia / Biografía / Biography



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 Adlib, 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 look total. 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 merina 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.

Marca comercial / commercial brand:
LEBOR GABALA

Adreça / dirección / address:
C/Diputació 37 Local 5a
Barcelona 08015

T. +34 934 234 374

www.leborgabala.com
info@leborgabala.com

Col·lecció / Colección / Collection

LEBOR GABALA

ELS EXTREMS S'ATRAUEN

Enfrontant idees i materials es crea una nova harmonia a còpia d'unir extrems oposats. Ambient hippy i estampats psicodèlics, a vegades pixelats. Siluetes que recreen els seixanta, encara que amb teixits texturats i tecnològics, molt del segle XXI. Faldilles i vestits o molt curts o molt llargs. Jerseis de vetes gruixudes, voluminosos, es porten amb peces de gasa lleugera i vaporosa. El punt gruixut declina una paleta de tons foscos, hivernals. El punt fi hi posa la nota de color. Peces urbanes amb acabats rústics, envellits, suaus, tenyits a la peça. Són artesanals. La seda es barreja amb allò esportiu. Una col·lecció de contrastos que es mou entre conceptes antagònics.

LOS EXTREMOS SE ATRAEN

Enfrentando ideas y materiales se crea una nueva armonía a base de unir extremos opuestos. Ambiente hippie y estampados psicodélicos, a veces pixelados. Siluetas que recrean los sesenta, aunque con tejidos texturados, tecnológicos, muy del siglo XXI. Faldas y vestidos muy cortos o muy largos. Jerséis de galgas gruesas, voluminosos, se llevan con prendas de gasa ligera y vaporosa. El punto grueso declina una paleta de tonos oscuros, invernales; el punto fino pone la nota de color. Prendas urbanas, con acabados rústicos, envejecidos, suaves, teñidos en prenda. Son artesanales. La seda se mezcla con lo deportivo. Una colección de contrastes que se mueve entre conceptos antagónicos.

OPPOSITES ATTRACT

Opposing ideas and materials create a new harmony by uniting opposite ends. Psychedelic Hippie prints, sometimes pixilated. Lines recreate the sixties but with textured technical fabrics, very twenty-first century. Very short or very long skirts and dresses. Thick knit sweaters are worn with light and gauzy chiffon garments. The thick knits in a palette of dark, wintry tones; the fine ones add the note of color. Urban clothing, with rustic finishes, aged, soft, stained garment. Handcrafted. Silk is mixed with sportswear. A collection of contrasts that moves between opposing ideas.

MANUEL BOLAÑO

04 / 02 / 2015 - 16h

Biografia / Biografía / Biography



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 Proyecto Bressol de la Generalitat de Catalunya.

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

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

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

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

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

Dissenyador / diseñador / designer:
Manuel Bolaño

Adreça / dirección / address:
c/Aragón 344, 3º 1ª
Barcelona 08009

www.manuelbolano.com
info@manuelbolano.com
facebook.com/manuel.bolano.77
twitter.com/manuel_bolano
instagram.com/manuelbolano

Marca comercial / commercial brand:
Manuel Bolaño

T. +34 687 644 750

Col·lecció / Colección / Collection



MANUEL BOLAÑO

ARTISAN DEPUIS 2008

Palomo Cojo

Dives de l'est envoltades de pols d'estrelles, ídols de fang i de paper, marginades per la societat, buscant aquí, buscant allà...

Palomo Cojo

Divas del este envueltas en polvo de estrellas, ídolos de barro y de papel, marginadas por la sociedad, buscando aquí, buscando allá...

GIMP PIGEON

Divas from the east. Enveloped in star dust, clay and paper effigies, marginalized by society, searching hither and yon...

Mons de seda i de cartró s'agiten en els seus somnis, llums, Càmera, acció...

Mundos de seda y cartón se agitan en sus sueños, luces, cámara, acción...

Worlds of silk and paper gyrate in her dreams, lights, camera, action...

Qui us ha vist i qui us veu?

¿Quién os ha visto y quién os ve?

If only they could see you now.

Vivint encadenades a un vell escenari, convertint-vos en una pols bruta i grisa. Qui us ho havia de dir?

Viviendo encadenadas a un viejo escenario, convirtiéndose en un sucio polvo gris, quién os lo iba a decir.

Living chained to an old scenario, turning into dirty gray dust. Who would've said?

MENCHÉN TOMÀS

04 / 02 / 2015 - 19h

Biografia / Biografía / Biography



Menchén Tomàs. Olga R. Menchén i Francesc Grau Tomàs es coneixen a l'Escola d'Arts i Tècniques de la Moda de Barcelona l'any 1988. En finalitzar els estudis i després d'haver adquirit experiència treballant com a dissenyadors per a altres firmes del sector, funden, el 1995, Menchén Tomàs. A través de ModaFAD, entren en contacte amb el Saló Gaudí, on presenten les seves primeres col·leccions a passarel·la. Des del 1995 fins al 2001, el seu producte es distribueix a diversos punts de venda a tota Espanya i a l'estranger (Bèlgica, l'Aràbia Saudita, el Japó...). El 1997 obren la seva primera botiga a Barcelona i el juliol del 2002 n'obren una altra al barri del Born de la mateixa ciutat. El març del 2006 inauguren una altra botiga al carrer Cuna de Sevilla.

Tots els productes Menchén Tomàs es fabriquen íntegrament a Barcelona i rodalia, per tal de garantir la màxima qualitat en acabats i en disseny.

Menchén Tomàs. Olga R. Menchén i Francesc Grau Tomàs se conocen en la Escuela d'Arts i Tècniques de la Moda de Barcelona el año 1988. Al finalizar los estudios y después de haber adquirido experiencia trabajando como diseñadores para otras firmas del sector, fundan, en 1995, Menchén Tomàs. A través de ModaFAD, entran en contacto con el Saló Gaudí, donde presentan sus primeras colecciones en pasarela. Desde el 1995 hasta el 2001, su producto se distribuye en diversos puntos de venta de toda España y en el extranjero (Bélgica, Arabia Saudita, Japón...). En 1997 abren su primera tienda en Barcelona y en julio del 2006 inauguran una segunda en el barrio del Born de la misma ciudad. En marzo del 2006 inauguran otra tienda en la calle Cuna de Sevilla.

Todos los productos Menchén Tomàs se fabrican íntegramente en Barcelona y alrededores, con el fin de garantizar la máxima calidad en acabados y en diseño.

Menchén Tomàs. Olga R. Menchén and Francesc Grau Tomàs met at the Barcelona School of Arts and Fashion Techniques in 1988. Upon completion of their studies and having gained experience as designers working for other firms in the industry, they founded Menchén Tomàs in 1995. Through ModaFAD, they came into contact with the Saló Gaudí fashion show, where they presented their first collections on the catwalk. From 1995 until 2001, their production is distributed through several outlets throughout Spain and abroad (Belgium, Saudi Arabia, Japan...). In 1997 they opened their first store in Barcelona and in July 2002, the second in the Born district of the same city. In March 2006 they inaugurated another store in Cuna Street in Seville.

All Menchén Tomàs products are manufactured entirely in Barcelona and surrounding areas to ensure the highest quality finishes and design.

Dissenyador / diseñador / designer:
Olga Ronquillo Menchén
Francesc Grau Tomàs

Adreça / dirección / address:
c/ Riera de Sant Miquel 37
Barcelona 08006

www.menchentomas.com
info@menchentomas.com
facebook.com/menchentomas
Twitter: @menchentomas

Marca comercial / commercial brand:
MENCHÉN TOMÀS

T. +34 934 160 571

Col·lecció / Colección / Collection



MENCHÉN TOMÀS

#19 /04 /1995

PASSIONS

L'essència de l'art està composta per dues forces complementàries: la dionisiaca i l'apol·línia. Embriaguesa i raó.

Al llarg del temps, molts artistes s'han enfrontat a la difícil tasca de saber reflectir, a través de l'art, la complexitat de les emocions humanes. La tragèdia és l'art d'allò dionisiac. En ella, s'hi representen les passions humanes, els actes irracionals, els vicis i les misèries de les persones: la tristesa, la ira, el dolor, l'alegria...

Les peces que componen la col·lecció proposada per a la temporada tardor-hivern 2015 de Menchén Tomàs es presenten íntimes i silencioses, com en la seva font d'inspiració: la sèrie de videocreacions *The passions*, de l'artista Bill Viola. En aquesta obra, l'artista retrata fidelment els estats emocionals, els canvis en els sentiments i els pensaments.

En la col·lecció, els colors densos i les textures dels teixits estableixen un llenguatge bàsic per formular el dolor, l'angoixa, la incertesa, el record o la sorpresa. Les passions!

Pasiones

La esencia del arte está compuesta por dos fuerzas complementarias: lo dionisiaco y lo apolíneo. Embriaguez y razón.

A lo largo del tiempo, muchos artistas se han enfrentado a la difícil tarea de saber reflejar, a través del arte, la complejidad de las emociones humanas. La tragedia es el arte de lo dionisiaco. En ella se representan las pasiones humanas, los actos irracionales, los vicios y las miserias de las personas: la tristeza, la ira, el dolor, la alegría...

Las piezas que componen la colección propuesta para la temporada otoño-invierno 15 de Menchén Tomàs, se presentan íntimas y silenciosas, como en su fuente de inspiración: la serie de videocreaciones *"The Passions"*, del artista Bill Viola. En esta obra, el artista retrata fielmente los estados emocionales, los cambios en los sentimientos y los pensamientos.

En la colección, los colores densos y las texturas de los tejidos, establecen un lenguaje básico para formular el dolor, la angustia, la incertidumbre, el recuerdo o la sorpresa. ¡Las pasiones!

PASSIONS

The essence of art is composed of two complementary forces: the Dionysian and the Apollonian. Drunkenness and reason.

Over time, many artists have faced the difficult task of reflecting the complexity of human emotions through art. Tragedy is Dionysian. In her, the human passions, irrational acts, vices and miseries, are represented: Sadness, anger, pain, joy...

The pieces that make up the Menchén Tomàs collection for the F/W 15 season appear as intimate and silent, as their inspiration: the series of video creations "The Passions", by artist Bill Viola. In this work, the artist faithfully portrays the emotional states, changes in feelings and thoughts.

In the collection, dense colors and textures of fabrics establish a basic language for formulating grief, anguish, uncertainty, remembrance or surprise. The Passions!

MIQUEL SUAY

04 / 02 / 2015 - 17.30h

Biografia / Biografía / Biography



Dissenyador valencià, nascut a Xàtiva. Estudia disseny de moda, dret i direcció d'empreses. Va créixer en un ambient familiar molt artístic, sempre vinculat al món de la moda.

El 1999 obre el seu atelier a València i el 2005 llança la seva pròpia marca, amb una visió molt clara i transformadora de la forma de vestir masculina, en què aposta per un prêt-à-porter d'avantguarda.

Entre els seus èxits es troba haver participat en les principals passarel·les d'Espanya (València Fashion Week, Madrid Cibeles i 080 Barcelona) i en esdeveniments i passarel·les rellevants a escala internacional (Soho de Nova York, Düsseldorf, París, Milà i Chic Pequin). Tot això s'ha reflectit en revistes tan reconegudes com, per exemple, Vogue, Collezione Uomo, DT, Man, FHM, Squire i Neo2, entre d'altres.

Estilistes i celebrities sol·liciten els seus looks per a gales, editorials i diversos esdeveniments de referència.

Té presència en més de 300 botigues multimarca, repartides en 14 països.

Diseñador valenciano nacido en Xàtiva, estudia diseño de moda, derecho y management de empresa. Creció en un ambiente familiar muy artístico, siempre vinculado al mundo de la moda.

En 1999 abre su atelier en Valencia y en el 2005 lanza su propia marca, con una visión muy clara y transformadora del modo de vestir masculino, apostando por un prêt-à-porter de vanguardia.

Entre sus logros se encuentra haber participado en las principales pasarelas de España (Valencia Fashion Week, Madrid Cibeles y 080 Barcelona) y relevantes eventos y pasarelas a nivel internacional (Soho en Nueva York, Düsseldorf, París, Milán y Chic Pekín), haciéndose reflejo de todo esto en publicaciones tan reconocidas como por ejemplo Vogue, Collezione Uomo, DT, Man, FHM, Squire y Neo2, entre otras.

Estilistas y celebrities solicitan sus looks para galas, editoriales y diferentes eventos de referencia.

Tiene presencia en más de 300 tiendas multimarca, repartidas en 14 países.

A Valencian designer born in Xàtiva. He studies fashion design, business law and management. He grows up in an artistic family environment, always connected to the fashion world.

In 1999 he opens his atelier in Valencia and in 2005 launches his own brand, with a very clear and transformative vision of male fashion, betting on avant-garde prêt-à-porter.

Among his achievements we find he has participated in the main fashion events of Spain (Valencia Fashion Week, Madrid Cibeles and 080 Barcelona) and also in notable international fashion events and on the catwalk (Soho Nueva York, Düsseldorf, Paris, Milan and Chic Peking), this being recorded and published in such widely recognized magazines as Vogue, Collezione Uomo, DT, Man, FHM, Squire and Neo2, among others.

Stylists and celebrities solicit his looks for galas, publications and major events.

He is commercialized through over 300 multibrand outlets in 14 countries.

Dissenyador / diseñador / designer:
Miquel Suay

Marca comercial / commercial brand:
Miquel Suay

Adreça / dirección / address:
Avda. Barón de Carcer, 52
46001 Valencia

T.+34 963 529 053

www.miquelsuay.com
ventas@miquelsuay.com
facebook.com/MiquelSuay
twitter.com/MiquelSuay
youtube.com/user/miquelsuay
instagram.com/miquelsuay

Col·lecció / Colección / Collection



UCRONIA

Miquel Suay proposa mostrar un temps que “mai no va ser però que podria haver estat”. El passat és el punt de partida i el lloc des d'on imaginar escenaris i històries alternatives a les ocorregudes realment. D'aquest concepte, Ucronia, parteix la nova proposta de formes geomètriques. Conviuen, en una mateixa peça, formes simètriques, amb superposició de peces i plects; formes que recorden objectes d'inspiració retrofuturista.

Un entusiasmo per les imatges del futur, però basades en el passat, principalment en aquelles que es van elaborar a mitjans del segle XX, ambientades en la ciència ficció.

Miquel Suay proposa imaginar la utopia sense temps.

UCRONIA

Miquel Suay propone mostrar un tiempo que “nunca ocurrió pero que podría haber sido”. El pasado es el punto de partida y el lugar desde donde imaginar escenarios e historias alternativas a las realmente ocurridas. De este concepto, Ucronia, parte la nueva propuesta de formas geométricas. Conviven en una misma prenda formas simétricas, con superposición de piezas y pliegues; formas que recuerdan objetos de inspiración retrofuturista.

Un entusiasmo por las imágenes del futuro pero basadas en el pasado, principalmente aquellas que se elaboraron a mediados del siglo XX, ambientadas en la ciencia ficción.

Miquel Suay propone imaginar la utopía sin tiempo.

UCHRONIA [Alternate History]

Miquel Suay proposes to show a time that “never happened but could have”. The past is the starting point, and the place from which to imagine scenarios and alternative stories to those that actually occurred. From this concept, Uchronia, proposed new shapes emerge. Coexisting in the same garment symmetrical shapes, with overlapping flaps and folds; forms that resemble objects of a retro-futuristic inspiration.

An enthusiasm for the images of the future but based on the past, especially those developed in the mid- twentieth century, set in science fiction.

Miquel Suay proposes we imagine a utopia out of time.

MIRIAM PONSA

03 / 02 / 2015 - 16h

Biografia / Biografía / Biography



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.

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 a "Dones mula" com a millor col·lecció de la Passarel·la 080 Primavera-Estiu 2015, 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.

MIRIAM PONSA 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 a "Dones mula" ("Mujeres mula") como mejor colección de la Passarel·la 080 Primavera-Verano 2015, otorgado por la Generalitat de Catalunya.

MIRIAM PONSA 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.

MIRIAM PONSA 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 numerous accolades; the latest the award for the best collection for her collection "Mule Women" at the last edition of 080 Barcelona Fashion spring/summer 2015/2016, awarded by the Generalitat of Catalonia.

Dissenyador / diseñador / designer:
Miriam Ponsa

Marca comercial / commercial brand:
Miriam Ponsa

Adreça / dirección / address:
c/ Bruc, 25
Manresa 08241

T.+34 93 872 17 58

www.miriamponsa.com
enric@miriamponsa.com
facebook.com/miriamponsa
Twitter: @miriamponsa

Col·lecció / Colección / Collection



MIRIAM PONSA

L'exili

El gèlid hivern de 1939, més de 470.000 persones van arribar a França empeses per l'avanç de les tropes franquistes. Moltes famílies es van veure obligades a abandonar les seves cases i l'evacuació dels nens i nenes fora del país era una constant. La majoria d'intel·lectuals de l'època es van exiliar fora del país, i així va ser com part de la nostra cultura va quedar silenciada, sense veu al territori.

Aquesta col·lecció vol retre homenatge a tots aquests exiliats i exiliades.

L'aflicció i el patiment d'un viatge forçat són l'essència de l'imaginari de la col·lecció.

El exilio

El gélido invierno de 1939, más de 470.000 personas llegaron a Francia empujados por el avance de las tropas franquistas. Muchas familias se vieron obligadas a abandonar sus casas y la evacuación de los niños y niñas fuera del país era una constante. La mayoría de intelectuales de la época se exiliaron fuera del país, y así fue como parte de nuestra cultura quedó silenciada, sin voz en el territorio.

Esta colección quiere rendir homenaje a todos estos exiliados y exiliadas.

La aflicción y el sufrimiento de un viaje forzado son la esencia del imaginario de la colección.

Exile

In the ice cold winter of 1939, more than 470,000 people crossed the border into France, pushed by the advance of Franco's troops. Many families were forced to leave their homes and the evacuation of children out of the country was constant. Most intellectuals of the time were exiled abroad, and that was how a part of our culture was silenced, rendered voiceless in its own territory.

This collection pays homage to all those exiled men and women.

The grief and suffering of a forced journey are the essence of the ideas on which the collection is based.

NATALIE CAPELL

05 / 02 / 2015 - 16h

Biografia / Biografía / Biography



En un racó d'un carrer de Barcelona, una olor de lavanda ens guia cap a l'Atelier de Natalie Capell. Allà, des del 2002, amb el seu equip, crea dissenys que ofereixen una interpretació diferent de la nova feminitat, basada en la bellesa de tota dona, la bellesa que sorgeix de la manera de ser de cadascuna.

Des dels 14 anys, Natalie Capell s'ha dedicat a crear peces úniques que destaquen per jugar amb transparències i brodats a mà, respectant i cuidant el cos femení.

Va ser guardonada amb el Premi Nacional d'Artesania el 2013.

Peces de la seva col·lecció "vent.." formen part de l'exposició Dream Weavers a Tel Aviv, on 16 dissenyadors de reconeixement internacional exposen les seves obres.

En un rincón de una calle de Barcelona, un olor de lavanda nos guía hacia el atelier de Natalie Capell. Allí, desde el 2002, con su equipo, crea diseños que ofrecen una interpretación diferente de la nueva feminidad, basada en la belleza de toda mujer, la belleza que surge de la manera de ser de cada una.

Desde los 14 años, Natalie se ha dedicado a crear prendas únicas que destacan por jugar con transparencias y bordados a mano, respetando y cuidando el cuerpo femenino.

Fue galardonada con el Premio Nacional de Artesanía en el 2013.

Prendas de su colección "vent.." forman parte de la exposición Dream Weavers en Tel Aviv, donde 16 diseñadores con reconocimiento internacional exponen sus obras.

On a street corner in Barcelona a waft of lavender draws us into Natalie Capell's boutique. There since 2002, along with her team she conjures up designs which offer a different approach to the new femininity, based on the beauty of all women, the beauty that emanates from each woman's way of being.

Since she was 14, Natalie has been creating one-off pieces, striking for the way translucent fabrics interplay with embroidery done by hand, respecting and caring for the female form.

Her work earned her the national prize for craftsmanship in 2013.

Pieces from her collection entitled "vent.." (wind), make up part of the exhibition Dream Weavers in Tel Aviv, where 16 internationally recognized designers exhibit their work.

Dissenyador / diseñador / designer:
Natalie Capell

Marca comercial / commercial brand:
Natalie Capell

Adreça / dirección / address:
Carrer Carassa 2
Barcelona 08003

T. +34 93 319 92 19

www.nataliecapell.com
atelier@nataliecapell.com
Facebook: Natalie Capell
Twitter: @nataliecapell

Col·lecció / Colección / Collection



Natalie Capell

Terra...

La bellesa sorgeix de la forma de ser. La teva postura, la teva presència, el teu pes, el teu caminar sobre la terra... Les coses que portem a sobre del cos, les coses que passen al llarg de la nostra existència, les creences, les pors, les idees... tot ens forma.

Com una escultura africana de vudú envoltada amb teixits i coberta de creences; les coses que portem a sobre dissenyen la nostra postura, els nostres gestos... formen el nostre pes.

"Terra" és una col·lecció de peces d'hivern, fulards i jaquetes. Punts de viscosa, cotó i llana sobre les nostres siluetes lánquides. Un ball sobre la terra humida, en el qual tot s'uneix per néixer de nou...

Terra (Tierra...)

La belleza surge de la forma de ser. Tu postura, tu presencia, tu peso, tu caminar sobre la tierra... Las cosas que llevamos sobre el cuerpo, las cosas que pasan a lo largo de nuestra existencia, las creencias, los miedos, las ideas... todo nos conforma.

Como una escultura africana de vudú envuelta de tejidos y cubierta de creencias; las cosas que llevamos encima diseñan nuestra postura, nuestros gestos... conforman nuestro peso.

"Terra" es una colección de prendas de invierno, fulares y chaquetas. Puntos de viscosa, algodón y lana sobre nuestras siluetas lánquidas. Un baile sobre la tierra húmeda en la que todo se une para nacer de nuevo...

Terra (Earth...)

Beauty emerges from our way of being. Your posture, your presence, your weight, your gait over the earth... what we wear on our bodies, what happens to us throughout our lives, our beliefs, ideas...all of them make us who we are.

Like an African voodoo doll draped in fabric and beliefs, what we wear determines our posture, our gestures...our weight.

"Terra" is a winter collection consisting of jackets and scarves. Viscose cotton and wool knitwear drape our languid silhouettes. A dance on the sultry earth in which everyone fuses... to be reborn.

OSCARLEON

05 / 02 / 2015 - 10h

Biografia / Biografía / Biography



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

Crea 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.

Licenciado en patronaje, diseño, estilismo y en asesoría de imagen integral.

Crea su primera colección en el año 1996. Desde entonces no ha dejado de crear su propia marca, tarea que ha compaginado con el diseño de colecciones para otras empresas.

Ha presentado sus trabajos en la Pasarela Gaudí y en la Pasarela 080 Barcelona Fashion y ha estado presente en showrooms internacionales de alto nivel.

En el 2005 crea su proyecto "Trash Lifestyle".

Actualmente, trabaja como freelance para diversas marcas de ropa, compaginando este trabajo con la docencia.

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

Oscar Leon has a Bachelor's in pattern-making, design, styling and integrated image consulting.

He created his first collection in 1996. Since then he has continued create for his own brand, a task that he has combined with designing collections for other companies.

He has presented his work at the Pasarela Gaudí and 080 Barcelona Fashion and has been shown in high-level international showrooms.

In 2005 he came up with the "Trash Lifestyle" project.

He currently works as a freelance for numerous fashion brands and combines this with teaching work.

OSCARLEON collections are characterized by their unmistakable identity and developmental complexity.

PABLO ERROZ

02 / 02 / 2015 - 16h

Biografia / Biografía / Biography



Pablo Erroz és una marca de moda "ready to wear" per a l'home i per a la dona, fundada el 2010 pel dissenyador que dóna nom a la firma. La marca es defineix per l'ús de materials de primera qualitat, així com per una gran atenció als detalls i un sentit del gust refinat, que barreja conceptes clàssics i modernitat. Ofereix un producte creat en la seva totalitat a Espanya. Des dels seus inicis, la marca ha estat present a diferents passarel·les, com la València Fashion Week, la Mercedes-Benz Fashion Week de Madrid, la Viena Fashion Week (convidat per l'Ambaixada espanyola) i, recentment, la 080 Barcelona Fashion Week.

Pablo Erroz ha estat guardonat amb diferents premis al llarg de la seva trajectòria, entre els quals en destaquen alguns, com el Premi Onda Cero 2014 al disseny. Aquell mateix any també va obtenir el premi del Barcelona Designers Collective, comissariat per Georgina Chapman (fundadora de Marchesa) i el prestigiós crític de moda Colin McDowell. Compta també amb un gran nombre d'aparicions a la premsa destacada del sector, tant nacional com internacional. Actualment, des del seu estudi de disseny, Pablo Erroz col·labora activament amb altres marques nacionals i internacionals.

Pablo Erroz es una marca de moda "ready to wear" para hombre y mujer, fundada en 2010 por el diseñador que da el nombre a la firma. La marca se define por el uso de materiales de primera calidad, así como por una gran atención al detalle y un sentido de gusto refinado, mezclando conceptos clásicos y de modernidad. Con un producto creado en su totalidad en España. Desde sus inicios, la marca ha estado presente en diferentes pasarelas como Valencia Fashion Week, Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, Vienna Fashion Week (invitado por la Embajada española) y, recientemente, en la 080 Barcelona Fashion Week.

Pablo Erroz cuenta con diferentes premios durante su trayectoria, donde, entre otros, destacan algunos como el Premio Onda Cero 2014 al diseño. Ese mismo año también se alzó con el premio del Barcelona Designers Collective, comisariado por Georgina Chapman (fundadora de Marchesa) y el prestigioso crítico de moda Colin McDowell. Cuenta también con un gran número de apariciones en la prensa destacada del sector, tanto nacional como internacional. En la actualidad, desde su estudio de diseño, Pablo Erroz colabora activamente para otras marcas nacionales e internacionales.

Pablo Erroz is a ready to wear fashion brand for men and women founded in 2010 by the designer whose name it bears. The brand is defined by the use of quality materials, great attention to detail and a sense of refined taste, mixing classic and modern concepts to fashion a product entirely made in Spain. Since its inception, the brand has paraded on numerous fashion catwalks like the Valencia Fashion Week, Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, Vienna Fashion Week (invited by the Spanish Embassy) and more recently, at the 080 Barcelona Fashion Week.

Pablo Erroz has earned several awards during his career, among them the Onda Cero 2014 design award. That same year he also won the Barcelona Designers Collective prize, curated by Georgina Chapman (founder of Marchesa) and the prestigious fashion critic Colin McDowell. He has also garnered a lot of media attention in leading publications both nationally and internationally. Today, from his design studio, Pablo Erroz is also engaged in collaborations with other national and inter-national brands.

Dissenyador / diseñador / designer:
Pablo Erroz

Marca comercial / commercial brand:
Pablo Erroz

Adreça / dirección / address:
Av. Gran Via Corts Catalanes,
727 - 4º3
08013 Barcelona
T. +34 630 024 753

www.pabloerroz.com
pabloerroz@gmail.com
facebook.com/pages/Pablo-
Erroz/212063408888874

Col·lecció / Colección / Collection



NOSTALGIC – A/W 2015-2016

És la proposta unisex per a la pròxima temporada tardor-hivern.

Basa els seus teixits principals en materials rústics i càlids, com llanes 100% en diferents gammes i textures, cotons, draps, napes i pèl. Juga amb diferents estampats sobre llanes, amb tècniques que van des del bottonato en diferents tons sobre un mateix teixit fins a la reinterpretació d'estampats clàssics. Composta per una gamma de colors de tons blau marí (navy), marrons, terra, grisos, blanc gel i groc.

El punt d'inspiració explica la història d'un viatge, el moment d'emigració americana dels anys 20, després del Crack del 29, a països com Alemanya, que dota la col·lecció d'una imatge d'home dandy i de dona elegant i sofisticada, a la recerca d'un nou rumb, deixant enrere la nostàlgia i trepitjant amb força, traslladant aquest moment cap a una imatge actual i contemporània.

Els accessoris, com els patinets de cuir (article de "viatge" del carrer transformat en una peça sofisticada) donen el punt de contrast a la col·lecció.

NOSTALGIC – A/W 2015-2016

Es la propuesta unisex para el próximo otoño-invierno.

Basa sus principales tejidos en materiales rústicos y cálidos, como lanas 100% en diferentes gamas y texturas, algodones, paños, napes y pelo. Juega con diferentes estampados sobre lanas, con técnicas que van desde el bottonato en diferentes tonos sobre un mismo tejido, a la reinterpretación de estampados clásicos. Compuesta por una gama de colores de tonos navy, marrones, tierra, grises, blanco hielo, y amarillo.

El punto de inspiración cuenta la historia de un viaje, el momento de emigración americano de los años 20, tras el crack del 29, a países como Alemania, dotando a la colección de una imagen de hombre dandy y mujer elegante y sofisticada, en busca de un nuevo rumbo, dejando atrás la nostalgia y pisando con fuerza, trasladándolo hacia una imagen actual y contemporánea.

Los accesorios, como los patinets de cuero (artículo de "viaje" callejero transformado en una pieza sofisticada) dan el punto de contraste a la colección.

NOSTALGIC – A/W 2015-2016

The unisex proposal for next fall/winter.

The chief fabrics are rustic and warm materials such as 100 % wool in different ranges and textures, cottons, high quality wool cloths, suede leathers and furs. Playing with different prints on wool, with techniques ranging from nubby yarn in different shades on the same color fabric to the reinterpretation of classic prints. Composed of a palette of navy tones, browns, earth, gray, ice white, and yellow.

The point of inspiration tells the story of a journey: the American emigration of the 20s, after the crash of 29, to countries like Germany, giving to the collection a dandy male image and one of sleek, sophisticated women, looking for a new direction, leaving behind nostalgia and coming on strong, transforming it into a modern and contemporary look.

The accessories, like leather scooters (a "street" article transformed into a sophisticated object) furnish the point of contrast to the collection.

PAGÈ

04 / 02 / 2015 - 11.30h

Biografia / Biografía / Biography



Gerard Angulo. És estilista i director d'Art. Va fundar HORSE. Es va traslladar a Mèxic per exercir d'editor de moda de Marie Claire. Va convertir la publicació en una de les més influents de la indústria. Ha col·laborat amb Vogue, Elle, Glamour, Harper's Bazaar... Ha produït portades i editorials amb Irina Shayk, Cindy Crawford, Nicole Richie, Behati Prinsloo, Sara Sampaio, Kendall Jenner, Olivia Palarmo, Andrés Velencoso, Jon Kortajarena...

Paulina Canales. Fa 10 anys es va endinsar en el mitjà editorial, en revistes d'Editorial Televisa, la més gran d'Amèrica. Va ser editora de Marie Claire a Mèxic. Actualment és l'editora de Cosmopolitan. Ha entrevistat personalitats com Michael Kors, Olivia Palermo, Charlize Theron...

Gerard Angulo. Es estilista y Art Director. Fundó HORSE. Se mudó a México para ejercer como editor de moda de Marie Claire. Convirtió la publicación en una de las más influyentes de la industria. Ha colaborado para Vogue, Elle, Glamour, Harper's Bazaar... Ha producido portadas y editoriales con Irina Shayk, Cindy Crawford, Nicole Richie, Behati Prinsloo, Sara Sampaio, Kendall Jenner, Olivia Palarmo, Andrés Velencoso, Jon Kortajarena...

Paulina Canales. Hace 10 años se adentró en el medio editorial en revistas de Editorial Televisa, la más grande de América. Fue Editora de Marie Claire en México. Actualmente es la Editora de Cosmopolitan. Ha entrevistado a personajes como Michael Kors, Olivia Palermo, Charlize Theron...

Gerard Angulo. Stylist and Art Director. Founder of HORSE. He moved to Mexico to be fashion editor at Marie Claire and made the magazine into one of the most influential publications in the industry. He has collaborated with Vogue, Elle, Glamour, Harper's Bazaar... He has produced front pages and editions with Irina Shayk, Cindy Crawford, Nicole Richie, Behati Prinsloo, Sara Sampaio, Kendall Jenner, Olivia Palarmo, Andrés Velencoso, Jon Kortajarena...

Paulina Canales. She first got into the publishing game 10 years through magazines published by Televisa, the biggest publisher in America. She was Editor at Marie Claire Mexico. She is now Editor at Cosmopolitan Mexico. She has interviewed personalities like Michael Kors, Olivia Palermo, Charlize Theron...

Dissenyador / diseñador / designer:
Gerard Angulo

Marca comercial / commercial brand:
Pagè

Adreça / dirección / address:
Carrer Alcalde Maria Pons 1
43205 Reus Tarragona

www.gerardangulo.com
gerardap60@hotmail.com
Facebook: gerardangulo
Twitter: gerard_angulo
Instagram: gerardangulo

Col·lecció / Colección / Collection



PAGÉ

FROG ME A KISS

La col·lecció es compon de vestits asimètrics, talls i transparències, així com de vestits d'home de sastre i esmòquings, que es combinen amb peces street wear, com samarretes i dessuadores. A tot això, hi sumem vestits vaporosos, confeccionats amb gases transparents, i una línia d'accessoris.

Els distintius són els prints i els brodats—alguns amb pedreria, realitzats per mans artesanes—que hem creat amb la finalitat d'omplir d'intensitat, diversió i llum tant les peces com els accessoris que conformen "FROG ME A KISS", Tardor-Hivern 2016.

FROG ME A KISS

La colección se conforma de vestidos asimétricos, cortes y transparencias, así como de trajes sastre y smokings, que se combinan con prendas street-wear, como camisas y sudaderas. A todo lo anterior, le sumamos vestidos vaporosos, confeccionados en gases transparentes, y una línea de accesorios.

Los distintivos son los prints y bordados —algunos con pedrería, realizados por manos artesanas— que hemos creado con el fin de llenar de intensidad, diversión y luz tanto las prendas como los accesorios que conforman "FROG ME A KISS", Autumn/Winter 2016.

FROG ME A KISS

The collection comprises asymmetric dresses, slits and transparencies and tailored suits and tuxedos which combine with street-wear garments, like t-shirts and sweaters. On top of that, we add vaporous dresses in transparent gauzes and a line of accessories.

The distinguishing marks are the prints and the handcrafted embroidery -some with semi precious stones- we have created to fill both the garments and the accessories that make up "FROG ME A KISS" Fall/Winter 2016 with intensity, light and fun.

RITA ROW

05 / 02 / 2015 - 10h

Biografia / Biografía / Biography



Rita Row la formen dues meitats. Rita Row sembla americana, però és mediterrània. Rita Row crea les seves pròpies col·leccions i les produeix en tallers 100% locals. Rita Row estima allò que fa, escolta música tot el dia i li agraden les petites coses de la vida. Rita Row té una història darrere de cada peça. Ella no és comuna, és diferent.

Rita Row la forman dos mitades. Rita Row suena a americana, pero es mediterránea. Rita Row crea sus propias colecciones y las produce en talleres 100% locales. Rita Row ama lo que hace, escucha música todo el día y le gustan las pequeñas cosas de la vida. Rita Row tiene una historia detrás de cada prenda. Ella no es común, es diferente.

Rita Row is comprised of two halves. Rita Row sounds North American but she is Mediterranean. Rita Row creates her own collection and produces them in 100% local workshops. Rita Row loves what she does: she listens to music all day and she likes the little things in life. There's a story behind each and every one of Rita Row's garments. She's not run of the mill. She's different.

www.ritarow.com
studio@ritarow.com
facebook.com/ritarowclothes
twitter.com/ritarow_clothes
instagram.com/ritarow

T. +34 686649211 - 686960464



RITA
POW

WOW (*Widows of Woodland*)
The retirement of two widows to the
Woods of Norway.
Two deers as pets.
The lifelong apparel.
The tartan, their uniform.
Milky tea in the morning.
Their means of transport to society:
a row boat.
That's WOW.
That's Widows of Woodland.

SITA MURT

03 / 02 / 2015 - 19h

Biografia / Biografía / Biography



Apassionada. Activa. Curiosa.
Viatgera. 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.

Dissenyador / diseñador / designer:
Sita Murt

Marca comercial / commercial brand:
Sita Murt

Adreça / dirección / address:
Rita Mercader, 22
Igualada 08700

T. +34 938037411

www.sitamurt.com
isabelesteve@sitamurt.com
facebook.com/pages/SITA-MURT-
/48492152910?fref=ts
Twitter: @sitamurt_cat (català)
@sita_murt (castellà)

Col·lecció / Colección / Collection



sita murt/

Fall/Winter 15/16

Looks masculins on s'intueix el sexy més subtil. La nova col·lecció de Sita Murt respira estil, estil amb accent british, vitalitat intel·ligent. Peces pensades per a les dones que van més enllà del superficial.

El punt arrasa: abrics, jerseis, pantalons en punts llisos o amb estructura, sol o combinat amb teixit. Redescobrim els plisats en punt que, aplicats en vestits i faldes, es converteixen en protagonistes de la col·lecció.

Treballem amb teixits dolços i fluids que contrasten amb altres més estructurats i marcadament gràfics, un joc entre volums i matèries, on el punt es teixeix entre mohairs d'alpaques i llanes molt primes i irregulars.

La sobrietat dels colors és només aparent: un masculí i elegant gris marengo combina amb l'esclat d'un coure molt suggerent, o el cru melange i la paleta de tonalitats naturals com el caqui reben pinzellades de llum amb el blau elèctric.

Fall/Winter 15/16

Looks masculinos donde se intuye el sexy más sutil. La nueva colección de Sita Murt respira estilo, estilo con acento british, vitalidad inteligente. Prendas para las mujeres que van más allá de lo superficial.

El punto arrasa: abrigos, sweaters, pantalones en puntos lisos o con estructura, solo o combinado con tejido. Redescubrimos los plisados en punto que, aplicados en vestidos y faldas, se convierten en protagonistas de la colección.

Trabajamos con tejidos dulces y fluidos que contrastan con otros más estructurados y marcadamente gràfics, un juego entre volúmenes y materias, donde el punto se teje entre mohairs de alpacas y lanas muy delgadas e irregulares.

La sobriedad de los colores es solo aparente: un masculino y elegante gris marengo combina con el estallido de un cobre muy sugerente, o el crudo melange y la paleta de tonos naturales como el caqui reciben pinzelladas de luz con el azul eléctrico.

Fall/Winter 15/16

Masculine looks where you can guess the most subtle sexiness. The new collection inhales style, style with a British accent, intelligent vitality.

Knitwear ravages: coats, sweaters, trousers in single jersey or with structure, alone or mixed with woven. We rediscover knitted pleats, applied in dresses and skirts, as they become the main protagonists of the collection.

We work with lovely fluid fabrics in contrast with others more structured and highly graphic, a game between volumes and materials, where the knit appears between alpaca mohairs and very smooth and irregular wools.

The sobriety of the colors is just in appearance: a masculine and elegant charcoal grey combines with a burst of a suggestive copper, or the ecru melange and a pallet of natural tones such as khaki receive brush strokes of light with an electric blue.

03 / 02 / 2015 - 14h

Biografia / Biografía / Biography



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, emprovaadors i prestatgeries.

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

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

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

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

At 10, Totón Comella could swiftly draw any figure, pattern or design that came to mind. Her innate talent led her to decide to study interior design and she undertook studies in fine arts as at that time, her desire was to dedicate herself to painting and interior design. TCN is born out of the need for swimwear for her, swimwear which is at the same time comfortable and versatile, which adapts to her innate taste. Since 1987 the firm is carried by the best shops around the world, today being a reference for its shabby, chic style.

Marca comercial / commercial brand:
TCN

Adreça / dirección / address:
RIAL BELLSOLELL 30
ARENYS DE MUNT 08358

T. +34 937 937 583

www.tcn.es
donat@tcn.es
Facebook: tcn.es
Twitter: tcn.es

Col·lecció / Colección / Collection



TARDOR-HIVERN 2015-2016

Existeix una doble intenció que es pugui combinar l'exterior amb l'interior, allò ÍNTIM amb allò OUT. Com sempre a TCN, tot encaixa com per art de màgia, tots els colors i peces es combinen els uns amb els altres perquè existeix un denominador comú, que és el segell de la marca TCN que ho amara tot.

Ens trobem davant d'una col·lecció TCN prêt-à porter d'hivern, el pilar fonamental de la qual és la barreja com a essència. En aquest cas, la utilització de colors secundaris, com ho és l'ocre, els blaus i els verds. S'identifiquen tres paletes de color diferents, però a la vegada complementàries i totalment combinables entre elles.

Qualsevol dibuix TCN té un toc de gris, ja que això és el que ajuda a fer que la peça sigui fàcilment combinable amb tot. Els estampats són més aviat falsos llisos, sempre subtils i molt poc estridents.

Una vegada més, la seda és un teixit best-seller de TCN. Resulta una companya de viatge ideal per al punt i en general per a bruses i camisoles, que en alguns casos són estampades i en altres casos es confeccionen al revés per aportar major suavitat a la pell.

OTOÑO-INVIerno 2015-16

Existe una doble intención de que se pueda combinar el exterior con el interior, lo ÍNTIMO con lo OUT. Como siempre en TCN, todo encaja como por arte de magia, todos los colores y prendas se combinan unos con otros porque existe un denominador común que es el sello de la marca TCN que lo empapa todo.

Estamos ante una colección TCN prêt-à porter de invierno cuyo pilar fundamental es la mezcla como esencia. En este caso en la utilización de colores secundarios, como son el ocre, los azules y los verdes. Se identifican tres paletas de color diferentes pero a su vez complementarias y totalmente combinables entre sí.

Cualquier dibujo TCN tiene un toque de gris, ya que es esto lo que ayuda a que la prenda sea fácilmente combinable con todo. Los estampados son más bien falsos lisos, siempre sutiles y muy poco estridentes.

La seda es un tejido bestseller de TCN una vez más. Resulta un compañero de viaje ideal para el punto y en general para blusas, camisolas y blusones que en algunos casos son estampados y en otros se confeccionan al revés para aportar mayor suavidad a la piel.

FALL WINTER 2015/16

There is a dual purpose, that Outside can be combined with Inside, the INTIMATE with OUT. As always in TCN, all fits together as if by art of magic. All colors and garments can combine with one another because the common denominator that is the hallmark of the brand TCN runs through it all.

What we have here is a TCN prêt-à-porter winter collection, whose mainstay is the mix as essence. In this case the use of secondary colors, like ochre, blues and greens. Three different color palettes are identifiable but they turn out to be complementary and fully combinable.

Any TCN design has a touch of gray, because that is what makes the garments easily combinable. The prints are smooth almost false plains, always subtle and not in the least bit strident.

Silk is once again TCN's bestselling fabric. It is an ideal travel companion for knitwear and generally for blouses, camisoles and blousons which in some cases are printed and in others are sewn inside out for added softness on the skin.

TXELL MIRAS

03 / 02 / 2015 - 12.30h

Biografia / Biografía / Biography



Marca pròpia des del 2004.

Treballa per a la línia femenina de Neil Barrett des del 2003.

2010: convidada al On/Off de la London Fashion Week.

2009: finalista de la LICC (London International Creative Competition).

2008: inclosa al llibre 100 new fashion designers (Ed. Laurence King).

2007: finalista dels Mango Fashion Awards "El Botó" i finalista del concurs Gen Art New York Fashion Awards. És inclosa al llibre European Young Fashion Designers (Ed. Daab)

2006: Premi "Barcelona és moda" al millor professional del sector.

2005: Premi Lancôme com a millor dissenyador jove de l'any de la Passarel·la Gaudí.

Llicenciada en belles arts per la Universitat de Barcelona.

Marca propia desde el 2004.

Trabaja para la línea femenina de Neil Barrett desde el 2003.

2010: invitada al ON/Off de la London Fashion Week.

2009: finalista de la LICC (London International Creative Competition).

2008: incluida en el libro 100 new fashion designers (Ed. Laurence King).

2007: finalista de los Mango Fashion Awards "El Botón" y finalista del concurso Gen Art New York Fashion Awards. Se la incluye en el libro European Young Fashion Designers (Ed. Daab).

2006: Premio "Barcelona és moda" al mejor profesional del sector.

2005: Premio Lancôme como mejor diseñador joven del año de la Pasarela Gaudí.

Licenciada en bellas artes por la Universidad de Barcelona.

Txell Miras started her own brand in 2004.

She has worked on the Neil Barrett women's line since 2003.

In 2010 she was invited to participate in On/Off at the London Fashion Week. In 2009 she was a finalist at LICC (London International Creative competition).

In 2008 she was included in the book 100 New Fashion Designers, published by Lawrence King.

In 2007 she was a finalist in the "El Botó" Mango Fashion Awards and finalist in the Gen Art New York Fashion Awards. She is included in the book Young Fashion Designers published by Daab.

In 2006 she received the Barcelona Is Fashion award to the most professional designer in the sector.

In 2005 she won the Lancôme Best Young Designer of the Year award at the Gaudí fashion show.

She has a degree in Fine Arts from the University of Barcelona.

Dissenyador / diseñador / designer:
TXELL MIRAS

Marca comercial / commercial brand:
TXELL MIRAS

Adreça / dirección / address:
MAS SOT 46
MATADEPERA 08230

T. +34 610422016

www.txellmiras.eu
ivan@txellmiras.eu
facebook.com/TxellMiras
twitter.com/TxellMirasTw
instagram.com/txellmiras

Col·lecció / Colección / Collection



ANGLES

Un exercici que reivindica la pureza de la forma. Les tres dimensions que sorgeixen de les dues dimensions del patró.

Buscar l'essència esculpint amb cartrons des d'un esquema que fa les funcions d'esquelet. D'aquesta base neixen els fonaments d'unes mesures que esdevenen matemàtica.

Entitats estàtiques en moviment mitjançant articulacions. La mecànica de l'inert cap a la robòtica. Un viatge retrofuturista.

Combinació de materials tècnics i de materials nobles naturals. Blanc, gris, cartró, bordeus i negre.

ÁNGULOS

Un ejercicio que reivindica la pureza de la forma. Las tres dimensiones que surgen de las dos dimensiones de los patrones.

Buscar la esencia esculpiendo con cartones desde un esquema que hace las funciones de esqueleto. De esta base nacen los fundamentos de unas medidas que resultan matemática.

Entidades estáticas en movimiento mediante articulaciones. La mecánica de lo inerte hacia la robótica. Un viaje retrofuturista.

Combinación de materiales técnicos y de materiales nobles naturales. Blanco, gris, cartón, burdeos y negro.

ANGLES

An exercise extolling purity of form. The three dimensions arising from two-dimensional patterns.

Seeking the essence by sculpting with cubes from a figure drawing that serves as the backbone. The fundamentals derived from these measurements become mathematics.

Static entities articulated through joints. The mechanics of the inert that approach robotics. A retro-futuristic voyage.

A combination of technical and natural materials.

White, gray, cardboard, burgundy and black.

WHO

05 / 02 / 2015 - 11.30h

Biografia / Biografía / Biography



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

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

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

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

Laia Roca creó la marca WHO el año 2000.

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

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

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

Laia Roca created the WHO brand in 2000.

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

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

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

Dissenyador / diseñador / designer:
Laia Roca

Marca comercial / commercial brand:
Who

Adreça / dirección / address:
Enric Morera, 14 3a
08950 Esplugues del Llobregat

T. +34 933 721 112

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

Col·lecció / Colección / Collection



who

ReWorks

Revisió d'estructures i de patrons
clàssics amb teixits innovadors.
Barreja de sastreria i modernitat.

Color negre combinat amb la gamma
de vins i roses empolsats.

ReWorks

Revisión de estructuras y patrones
clásicos con tejidos novedosos.
Mezcla de sastrería con modernidad.

Color negro combinado con la gama
de vinos y rosas empolvados.

ReWorks

*Revision of and classic patterns
and structures in innovative fabrics.
A mix of tailoring with modernity.*

*Black combined with the range
of wine reds and dusty pinks.*

ROCK YOUR STYLE

DEL 2 AL 5
DE FEBRERO

080

BARCELONA
FASHION
2015

#MY LOOK
Rowenta



Rowenta

PLANCHADO OFICIAL & HAIR CARE



ALDOMARTINS

05 / 02 / 2015 - 11.30h

Biografia / Biografía / Biography



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.

Nuria Bisbal nace en Igualada, ciudad con una larga tradición textil.

Desde muy 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. Se forma en Barcelona, en la Escuela d'Arts i Tècniques de la Moda, y obtiene el título universitario BA Honors Fashion Design por la Universidad de Southampton. El año 1997 se incorpora en la empresa familiar y lidera, hasta la actualidad, el ámbito creativo de la marca.

Nuria Bisbal was born in Igualada, a city with a long tradition in textiles.

From an early age, she shows an aptitude for drawing and grows up influenced by knitwear design thanks to her father, founder of the brand Aldomartins. She trains in Barcelona, at the School of Arts and Fashion Techniques, and gets a BA Honors in Fashion Design from the University of Southampton. In 1997 she joins the family business and been in charge of the brands creativity since then.

Dissenyador / diseñador / designer:
NÚRIA BISBAL

Marca comercial / commercial brand:
ALDOMARTINS

Adreça / dirección / address:
Carrer Portugal, 5
Igualada 08700

T. +34 938 054 042

www.aldomartins.com
aldomartins@aldomartins.com
facebook.com/pages/ALDO-MAR-
TINS/81635562023
Twitter: @Aldomartins_bcn
Instagram: @Aldomartins_bcn

Col·lecció / Colección / Collection



aldomartins

DESIGNED AND MADE IN BARCELONA

PASSIÓ PER L'HIVERN (WINTER PASSION)

L'herència i la història dels esports alpins d'època i els contes populars d'hivern inspiren aquesta col·lecció. Fórmules antigues que s'actualitzen cap a un nou romanticisme modern i apropen al carrer l'estil après-ski.

La roba interior masculina que s'utilitzava com a peces esportives, per la falta de teixits més tècnics, inspira els nostres dissenys, i hi aporta volums i reinterpreta les formes, fusionant i sobreposant peces. Un estil rústic i aventurer, unit a l'esperit Aldomartins. Una barreja de dibuixos, de jacquards i de colors, que aporta eclecticisme i atemporalitat a l'hivern 2016.

WINTER PASSION (PASIÓN POR EL INVIERNO)

La herencia y la historia de los deportes alpinos de época y los cuentos populares de invierno, inspiran esta colección. Fórmulas antiguas que se actualizan hacia un nuevo romanticismo moderno, cercano a la calle, el estilo "après-ski".

La ropa interior masculina que se utilizaba como prenda deportiva, debido a la falta de tejidos más técnicos, inspira nuestros diseños, aportando volúmenes y reinterpretando las formas, fusionando y superponiendo prendas. Un estilo rústico y aventurero, unido al espíritu Aldomartins. Una mezcla de dibujos, de jacquards y de colores, que aporta eclectismo y atemporalidad en el invierno del 2016.

WINTER PASSION

The heritage and history of vintage alpine sports and winter folktales inspire this collection. Old formulas are updated into to a new, modern romance, bringing an "après ski" style to the street.

The men's underwear that was used as sportswear for want of more technical fabrics, inspires our designs, providing volumes, reinterpreting forms, merging and overlapping pieces. A rustic and adventurous spirit melded to the Aldomartins spirit; a mix of designs, colors and jacquards, bringing an eclectic and timeless spirit to winter 2016.

BÓBOLI

03 / 02 / 2015 - 10.30h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

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

Bóboli ofrece colecciones en las que la intensidad de color, los estampados y el innovador tratamiento de los tejidos son los principales protagonistas. Color, moda, diseño y calidad son la tarjeta de presentación de la marca, una colección completa que cubre todas las necesidades de los niños (de 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 has its origins 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:
A7 Llinars Park, C. de la Física,
18-20. 08450 Llinars del Vallès,
Barcelona

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

T. +34 93 798 20 00

Col·lecció / Colección / Collection



MAKE A WISH

Amb la col·lecció "Make a wish" de Bóboli, la passarel·la del 080 s'omple d'il·lusió. Colors sobris en blanc i negre, però amb tocs brillants de coure, omplen la passarel·la d'estrelles i de somnis, amb un aire romàntic i somniador.

La nova col·lecció incorpora una gran varietat de teixits, tots ells rics i càlids, que es combinen en una col·lecció femenina però molt sòbria.

Per a les nenes, incorporem alguns tocs de color rosa. Per als nens, el verd dóna una mica de llum a una col·lecció urbana i moderna.

MAKE A WISH

La pasarela de 080 con la colección BÓBOLI se llena de ilusión con la colección "Make a wish". Colores sobrios en blanco y negro, pero con toques de brillo cobre, llenan la pasarela de estrellas y sueños con un aire romántico y soñador.

La nueva colección incorpora una gran variedad de tejidos, todos ellos ricos y cálidos, que se combinan en una colección femenina pero muy sobria.

Para las niñas incorporamos algunos toques de color rosa y para el niño el verde da un poco de luz a una colección urbana y moderna.

MAKE A WISH

The 080 catwalk will brim with enthusiasm with BÓBOLI's "Make a wish" collection. Black and white sobriety sprinkled with touches of copper glitter fill the catwalk with stars and dreams of a romantic dreamy air.

The new collection features a variety of textiles all rich and warm that combine into a feminine but very sober collection.

For girls we added some touches of pink and for boys green, giving some light to a modern urban collection.

CND by CÓNDOR

03 / 02 / 2015 - 10.30h

Biografia / Biografía / Biography

Cóndor és una marca catalana que data de 1898 i és un referent en calceteria. Des de fa 8 anys, presenta col·leccions "look total" en moda infantil per a nens i nenes de 0 a 12 anys.

D'estil inconfusible, elegant i tradicional, amb gran personalitat i varietat de colors. Marca compromesa amb el benestar i la comoditat dels nens.

Col·leccions dissenyades i fabricades a Barcelona.

Actualment, té 4 botigues pròpies i 5 franquícies, 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.

Cóndor es una marca catalana que data de 1898 y es un referente en calcetería. Desde hace 8 años, presenta colecciones "look total" en moda infantil para niños y niñas de 0 a 12 años.

De estilo inconfundible, elegante y tradicional, con una gran personalidad y variedad de colores. Marca comprometida con el bienestar y la comodidad de los niños.

Colecciones diseñadas y fabricadas en Barcelona.

Actualmente, tiene 4 tiendas propias y 5 franquicias, trabaja con más de 3.000 clientes multimarca en España, y tiene como principales mercados exteriores la Unión Europea, Rusia, los Estados Unidos, América Central y del Sur, Japón y la Unión de los Emiratos Árabes.

Condor is a Catalan brand dating back to 1898 and is a leader in hosiery. For the last 8 years, they have presented "total look" collections in children's fashion for children aged 0 to 12.

Condor has an unmistakable style, elegant and traditional, with great personality and variety of colors. The brand is committed to the welfare and comfort of children. The collections are designed and manufactured in Barcelona.

Condor currently has 4 stores and 5 franchises, works with over 3,000 multi-brand clients in Spain, and its main foreign markets are the European Union, Russia, the United States, Central and South America, Japan and the UAE.

Marca comercial / commercial brand:
CÓNDOR

Adreça / dirección / address:
RIAL DE SA CLAVELLA 89
08350 ARENYS DE MAR

T. +34 937 959 980

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

Col·lecció / Colección / Collection



Chocolat by cnd Barcelona

L'aroma de la xocolata ens retorna a la infantesa. Les nenes i els nens sempre es recullen al voltant d'una tassa de xocolata calenta als matins o a les tardes fredes d'hivern. Moments dolços per compartir.

Els marrons xocolata, el blanc trencat de la nata, els colors dels caramels, dels bombons, dels toffees, combinats amb roses salmonsats, amb tocs de blau intens, amb el gel i amb el rosa pols. També els vermells robí, hivernals i elegants i, com per fer festa, els metàl·lics suaus que tant agraden a les nostres nenes.

Els teixits, majoritàriament de llana, amb barreges de colors i texturats com a jacquards, per als abrics, les capes i els grans fulards. El cotó per als vestits, amb flocats i estampats. Disseny de vestits i complements amb cremalleres vistes i un toc de plomes en colls i butxaques. Seguim amb el neoprè i la pell per als nostres nens. Metàl·lics en argent i daurat, amb combinacions de teixidura per als complements.

La col·lecció "Chocolat" és un mesclum d'allò antic amb el més nou i modern.

Elegància, com sempre, al costat d'una bona xocolata.

Mmm...

Chocolat by cnd Barcelona

El aroma del chocolate nos devuelve a la infancia. Las niñas y los niños siempre se reúnen alrededor de una taza de chocolate caliente las mañanas o las tardes frías de invierno. Momentos dulces para compartir.

Los marrones chocolate, los blancos rotos de la nata, los colores de los caramelos, de los bombones, de los toffees, combinados con rosas asalmonados, toques de azul intenso, con el hielo y con el rosa polvo. También los rojos robí, invernales y elegantes y, como para hacer fiesta, los metálicos suaves que tanto gustan a nuestras niñas.

Los tejidos, mayoritariamente de lana, con mezclas de colores y texturados como jacquards para los abrigos, las capas y los grandes fulares. El algodón para los vestidos, con flocados y estampados. Diseño de vestidos y complementos con cremalleras vistas y, un toque de plumas en cuellos y bolsillos. Siguiendo con el neopreno y la piel para nuestros niños. Metálicos en plata y dorado, con combinaciones de tejedura para los complementos.

La colección "Chocolat" es un mesclun de lo antiguo con lo más nuevo y moderno.

Elegancia como siempre, alrededor de un buen chocolate.

Mmm...

Chocolat by cnd Barcelona

The aroma of hot chocolate takes us back to our childhood. Girls and boys gathered around a cup of hot chocolate in the mornings or cold winter afternoons. Sweet moments to share.

Chocolate brown, off-white cream, the colors of sweets, chocolates, toffees, combined with salmon pink and touches of deep blue ice and powder pink. Ruby red, wintry and elegant, and, ready to party, the soft metallic touches that our children like so much.

The fabrics are mainly woolen blends of colors and textured jacquards for coats, layers and big scarves. Printed and flecked cotton for dresses. The designs of dresses and accessories feature visible zippers with touches of feathers on collars and pockets, followed by neoprene and leather for our boys. Metallic silver and gold combined with woven fabrics for accessories.

The collection "Chocolat" is a mixture of the old and the new and more modern.

Elegant as always, with a good hot chocolate.

Mmm

DESIGUAL

03 / 02 / 2015 - 21h

Biografia / Biografía / Biography

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, estimulant, 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 ganes 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 475 botigues de venda al detall, 11.000 botigues multimarca i 2.500 còrners en grans magatzems de 109 països, i compta amb una plantilla formada per 4.200 persones de 90 nacionalitats diferents.

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 475 tiendas retail, 11.000 tiendas multimarca y 2.500 córneres en grandes almacenes en 109 países, y una plantilla formada por más de 4.200 personas de 90 nacionalidades diferentes.

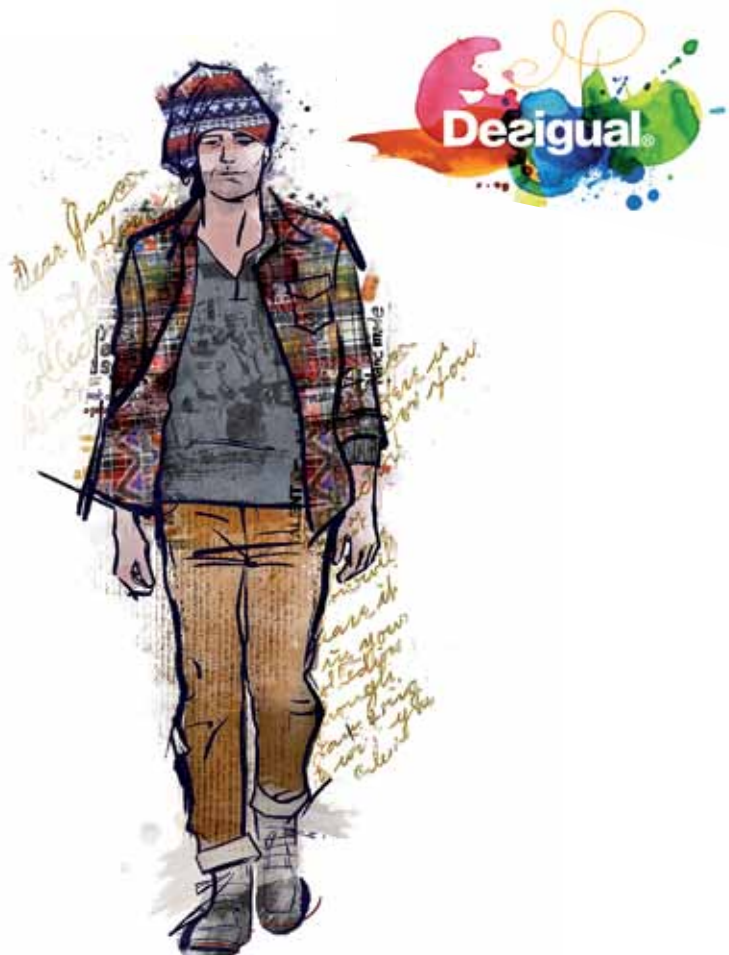
Desigual was born in 1984 and, since its inception, has been characterized by its distinct, optimistic and colorful designs. "Life is a blast" is the battle cry of the brand, an enthusiastic, inspiring, positive and optimistic slogan, a real statement of intent. Is the phrase that explains Desigual's 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 oneself. 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 475 retail stores around the globe, is present in 11,000 multi-brand stores and 2,500 corners in department stores in 109 countries and a workforce of 4.200 people of 90 different nationalities.

T. +34 933 043 164

www.desigual.com/es_ES
 cristina.gispert@interprofit.es
 facebook.com/Desigual
 twitter.com/Desigual
 youtube.com/user/webdesigual



ESCORPION

05 / 02 / 2015 - 14h

Biografia / Biografía / Biography

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 infantesa, va tenir la certesa que volia treballar en el món de la moda.

Va iniciar els seus estudis a l'Esmod i es va graduar a la Cambra Sindical de Costura de París.

A la capital francesa, va començar a col·laborar amb Christian Lacroix i Georges Rech i, des d'allà, va venir a Barcelona i es va incorporar a Inditex.

Actualment, Sybille Horaist Gramaglia és la directora artística d'Escorpion, firma de moda amb un llegat extraordinari, on aporta aire fresc i noves formes.

Fundada en 1929, Escorpion revolucionó la moda en punt 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 certeza 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, a la que 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."

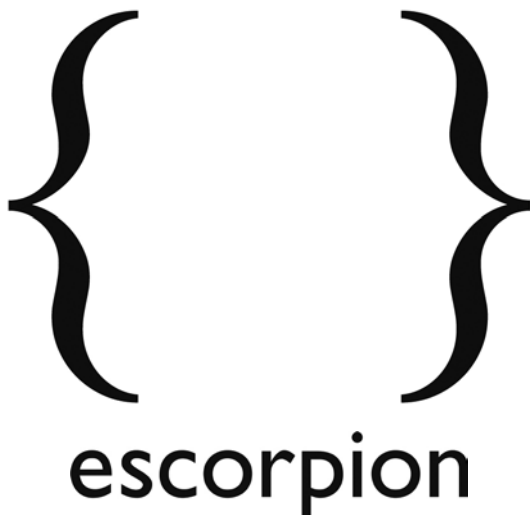
Sybille Horaist Gramaglia. Born and raised in Paris, from childhood she was certain she wanted to work in the world of fashion.

She began her studies in 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, a fashion brand with an extraordinary legacy which provides a fresh air and new forms.

www.escorpion.com
info@escorpion.com
facebook.com/Escorpionstudio
twitter.com/escorpionstudio
instagram.com/escorpionstudio
pinterest.com/escorpionstudio/



INTERLUDIOS

Instagram.com/interludios

Acte I

L'aroma dels roserars omplia la seva ànima i l'ànsia d'explorar nous horitzons l'envoltava d'esperança.

Acte II

L'olor de mar i la brisa marina que l'acotxava harmonitzaven amb el sentiment de ventura que li provocava aquesta sensació.

Acte III

Aquell moment de cavil·lació la va encaminar cap al seu càlid racó d'esbossos i d'optimisme.

INTERLUDIOS

instagram.com/interludios

Acto I

El aroma de las rosaledas
llenaban su alma y el ansia
de explorar nuevos horizontes
la envolvía de esperanza.

Acto II

El olor a mar y la brisa marina que la arropaban armonizaban con el sentimiento de ventura que le provocaba dicha sensación.

Acto III

Ese momento de cavilación la encaminó a su cálido rincón de bocetos y optimismo.

INTERLUDES

instagram.com/interludios

Act I

The scent of the rose gardens filled her soul and the desire to explore new horizons of hope enveloped her.

Act II

The smell of the ocean and the sea breeze that swirled around her harmonized with the feeling of happiness that such sensations caused her.

Act III

That moment of rumination led her to her warm haven of sketches and optimism.

[illegible]

Biografia / Biografía / Biography

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.

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.

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.

www.mango.com
lidia.meca@mango.com

T. + 34 93 860 22 22

[illegible]

MANGO

Elegant, jove i amb molt d'estil. Les peces de la col·lecció PrimaveraEstiu 2015 evocquen l'estil més hippy dels anys 70. Puntes, brodats, gases, pell girada i teixits vaporosos vesteixen la majoria de les models. Un esperit lliure, que llueix vestits i faldilles llargues, minivestits, ponxos, quimonos llisos i estampats. La col·lecció irradia feminitat i un sabor bohemí, amb una paleta de colors molt suaus, entre els quals destaquen blancs i crus amb tocs tabac.

Cal destacar els vestits llargs.
Un estil retro boho-chic que
aporta una sensació de frescor
a la passarel·la.

Elegante, joven y con mucho estilo. Las prendas de la colección primavera/verano 2015 evocan el estilo más hippy de los años 70. Puntas, bordados, gasas, piel girada y tejidos vaporosos visten la mayoría de los modelos. Un espíritu libre que luce vestidos y faldas largas, mini-vestidos, ponchos, quimonos lisos y estampados. La colección irradia feminidad y un sabor bohemio con una paleta de colores suaves, entre los cuales destacan blancos y crudos con toques tabaco.

A destacar los vestidos blancos. Un estilo retro boho-chic que aporta una sensación de frescor a la pasarela.

Elegant young and stylish, the pieces of the Spring / Summer 2015 collection evoke the most hippy elements of 70s fashion. Lace, embroidery, chiffon, suede and diaphanous fabric dress most models. A free spirit who dons dresses and long skirts, mini-dresses, ponchos, plain and patterned kimonos. The collection radiates femininity and a bohemian flavor with a palette of soft colors, most notably white and raw with touches of tobacco.

Long Boho-chic retro style dresses bring a note of freshness to the catwalk.

NAULOVER

04 / 02 / 2015 - 13h

Biografia / Biografía / Biography

Disseny, qualitat i confort
fets a Barcelona.

Des del 1957, sempre va apostar per no deslocalitzar la seva producció. Artesà i d'avantguarda, aposta per una dona elegant i una roba de qualitat, còmoda i versàtil. Carmen Noguera és l'administradora i la directora artística de la firma. És nascuda a Barcelona i és filla del fundador. Va estudiar empresarials i es va iniciar a l'empresa des de molt jove.

El punt de Naulover té un ADN que permet als creadors fer peces exclusives i estudiades, de llarga durada i de qualitat. Look total, basat en el punt, i barrejat amb seda, brodats, estampats, bruses, caftans i quimonos.

Disposen d'una botiga en línia i de flagship al carrer del Rosselló, a Barcelona. Botigues a El Corte Inglés, als magatzems Pyrénées, a Andorra, i als magatzems Coin, a Itàlia.

Un 25% de la seva producció anual és exportació. Naulover ha incrementat un 31% les seves vendes el 2014.

Diseño, calidad y confort
hechos en Barcelona.

Desde 1957, siempre apostó por no deslocalizar su producción. Artesano y de vanguardia, apuesta por una mujer elegante, ropa de calidad, cómoda y versátil. Carmen Noguera es la administradora y directora artística de la firma. Nacida en Barcelona, hija del fundador. Estudió empresariales, y se inició en la empresa desde muy joven.

El punto de Naulover, tiene un ADN que permite a los creadores hacer prendas exclusivas y estudiadas de larga duración y de calidad. Look total, basado en el punto, y mezclado con seda, bordados, estampados, blusones, caftanes y kimonos.

Disponemos de una tienda on-line, flagship en la calle Roselló, de Barcelona. Tiendas en El Corte Inglés, en los almacenes Pyrénées de Andorra y en los almacenes Coin en Italia.

Un 25% de su producción anual es exportación. Naulover ha incrementado en 2014 un 31% sus ventas.

*Design, quality and comfort
made in Barcelona.*

Naulover has never relied on anything but local production since 1957. Espousing progressive craftsmanship, Naulover's offer centers on the elegant woman and quality clothing both comfortable and versatile. Carmen Noguera is the administrator and creative director of the firm. She was born in Barcelona and is the founder's daughter. She studied business administration and started in the company very young.

Naulover's knitwear has a DNA which allows the designers to make highly elaborated, long lasting quality garments. They offer a total look based on knitwear and mixing it with silk, embroidery, prints, blouses, caftans and kimonos.

We have an online store, a flagship store in Roselló street, in Barcelona and store in stores inside El Corte Inglés, Pyrénées in Andorra and Coin in Italy.

We export 25% of our production and sales have increased by 31% in 2014.

Marca comercial / commercial brand:
NAULOVER

Adreça / dirección / address:
Carrer Muntaner, 240 2º 2ª
Barcelona 08021

T. +34 934 877 318

www.naulover.com
javier@naulover.com
facebook.com/naulover
twitter.com/Naulover

Col·lecció / Colección / Collection



Naulover
1957

Mademoiselle Zhivago

Dona elegant, sofisticada, que es vesteix per satisfer-se ella mateixa. D'esperit irònic, excèntric i individualista, gaudeix combinant les seves peces preferides de forma irreverent. Línies clares i definides, en juxtaposició amb estampats, flors de Moldàvia i pells.

SILUETA I MATERIALS

La col·lecció es caracteritza per les línies geomètriques definides, reinterpretades mitjançant l'ús del punt. Tons monocromàtics o estampats exòtics. Els vestits mini destaquen per les obertures i el tall entallat. Les jaquetes s'adapten al cos. La barreja d'estampats i de complements adquireix un aspecte tridimensional a través de l'ús de pells.

COLORS

El negre serveix de preludi al taronja, al bordeus, al blau i al verd. Monocromàtic o combinat amb estampats exòtics.

'MOOD'

Sofisticat, visual, calidoscòpic, glamurós, femení.

Mademoiselle Zhivago

Mujer elegante, sofisticada que se viste para satisfacerse a si misma. Espíritu, irónico, excéntrico e individualista disfruta combinando sus prendas favoritas de forma irreverente. Líneas claras y definidas en juxtaposición con estampados, flores de Moldavia y pieles.

SILUETA y MATERIALES

La colección se caracteriza por las líneas geométricas definidas, reinterpretadas mediante el uso del punto. Tonos monocromáticos o estampados exóticos. Los vestidos mini destacan por las aberturas y el corte entallado. Las chaquetas se adaptan al cuerpo. La mezcla de estampados y complementos adquiere un aspecto tridimensional a través del uso de pieles.

COLORES

El negro sirve de preludio al naranja, al burdeos, al azul y al verde. Monocromático o combinado con estampados exóticos.

'MOOD'

Sofisticado, visual, caleidoscópico, glamuroso, femenino.

Mademoiselle Zhivago

An elegant sophisticated woman who dresses to please herself. Spirited, ironic, eccentric and with a strong sense of herself, she enjoys mixing and matching her favorite garments irreverently.

LINES and MATERIALS

The collection is characterized by well defined geometric lines, reinterpreted in knitwear. Monochromatic tones or exotic prints, mini dresses with openings and fitted cuts. Jackets adapt to the body. The interplay of prints and accessories acquires a three-dimensional aspect through the use of leathers.

COLORS

Black serves as a prelude to orange, burgundy, blue and green. Monochrome or combined with exotic prints

MOOD

Sophisticated, visual, kaleidoscopic, glamorous, feminine.

PUNTO BLANCO

05 / 02 / 2015 - 12.30h

Biografia / Biografía / Biography

Punto Blanco es dedica a la fabricació de mitjons d'alta gamma des de 1948, i és present als mercats internacionals des de 1953. Punto Blanco Underwear neix el 1996, amb l'objectiu de satisfer la necessitat d'incorporar l'element de la moda a la roba interior.

Les nostres peces, fabricades amb matèries primeres de màxima qualitat, han fet evolucionar la roba interior. Aquesta passa de ser una commodity oblidada a ser un producte actual, al qual s'exigeixen unes característiques de patronatge i de disseny que el converteixen en l'actor principal del món de la moda.

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

Punto Blanco se dedica a la fabricación de calcetines de alta gama, desde 1948, y está presente en los mercados internacionales desde 1953. Punto Blanco Underwear nace en 1996, con el objetivo de satisfacer la necesidad de incorporar el elemento de moda en la ropa interior.

Nuestras piezas, fabricadas con materias primas de máxima calidad, han evolucionado la ropa interior. Ésta pasa de ser una commodity olvidada a ser un producto actual, al que se le exigen unas características de patronaje y diseño que lo convierten en el actor principal del mundo de la moda.

Somos líderes del sector en el mundo de los calcetines y ofrecemos una colección específica para cada situación, con materiales de primera calidad y tecnología punta, para proporcionar al mercado calcetines y ropa interior que satisfagan al usuario más exigente.

Punto Blanco has been making up-market socks since 1948, and has been present in the international market since 1953. Punto Blanco Underwear was created in 1996, with the aim of satisfying the need to incorporate the element of fashion into underwear.

Manufactured with top quality raw materials, underwear has evolved from a forgotten commodity into a product which answers to the demand for patterning and design, becoming the protagonist in the world of fashion that it is nowadays.

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

Marca comercial / commercial brand:
PUNTO BLANCO

Adreça / dirección / address:
Av. Balmes, 16
Igualada 08700

T. +34 938 035 252

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

Col·lecció / Colección / Collection



“CONNECTIVITY”

L'era digital apodera els individus, la tecnologia és més ràpida, smarter, i possibilita un món sense fronteres, sense fils, que ens permet opcions immediates sobre allò que fem i allò que volem.

Al mateix temps, hi ha un interès i una necessitat creixent d'equilibrar els sistemes virtuals amb la intuïció i l'instint. Busquem la connexió emocional, temps per pensar i per somiar en un món multidimensional, on governen el contrast i la diversitat.

Apostem per un estil de vida versàtil i contemporani, amb matisos retro. Els clàssics agafen un nou gir i es converteixen en una font d'inspiració fonamental. Les harmonies de color són una barreja de calent i de fred, de clar i de fosc. Efectes sorprenents, que aconseguen, a través de materials innovadors, una sensació extraordinària.

“CONNECTIVITY”

La era digital empodera a individus, la tecnología es más rápida “smarter”, posibilitando un mundo sin fronteras, inalámbrico, permitiéndonos opciones inmediatas sobre lo que hacemos y queremos.

Al mismo tiempo hay un interés y necesidad crecientes de equilibrar los sistemas virtuales con la intuición y el instinto. Buscamos la conexión emocional, tiempo para pensar y soñar en un mundo multidimensional donde gobiernan el contraste y la diversidad.

Apostamos por un lifestyle versátil y contemporáneo con matices retro. Los clásicos toman un nuevo giro y se convierten en una fuente de inspiración fundamental. Las armonías de color son una mezcla de caliente y frío, claro y oscuro. Efectos sorprendentes logran, a través de materiales innovadores, una sensación extraordinaria.

“CONNECTIVITY”

The digital age empowers individuals, technology is faster, “smarter”, giving rise to a wireless world without borders, allowing immediate choices about what we do and want.

At the same time there is a growing interest and need to balance virtual systems with intuition and instinct. We seek emotional connection, time to think and dream in a multidimensional world in which contrast and diversity reign.

We believe in a versatile and contemporary lifestyle with retro shades. Classics take a new turn and become a major source of inspiration. Color harmonies are a mixture of hot and cold, light and dark. Surprising effects achieve an extraordinary sensation through innovative materials.

TORRAS

05 / 02 / 2015 - 12.30h

Biografia / Biografía / Biography

TORRAS, fundada el 1951, ha creat un innovador concepte de moda en pell i punt. La marca dissenya per seduir amb estil propi, més enllà de les peces bàsiques de vestir; una manera d'entendre la moda que passa per incorporar els materials de la més alta qualitat en pell, cotó, seda, lli, llana, caixmir o teixits funcionals. Les col·leccions de TORRAS, nascudes a Caldes de Montbui, són presents, avui, a top stores de 40 països, en ciutats com Barcelona, Nova York, Londres, Moscou o Xangai. TORRAS té una taxa d'exportació d'un 70%, showrooms a Milà i Nova York, i participa en les fires de la moda de Nova York (MRketNY), Las Vegas (MRketLV), Düsseldorf (Supreme) i Moscou (CPM-Collection Premiere Moscow).

Juanmabyelcuco

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. Els últims dos anys ha col·laborat amb la marca TORRAS en l'estilisme i l'escenificació de les desfilades "Torras Black", tardor-hivern 2013, "The Authentic Me", primavera-estiu 2014, "Capricious", tardor-hivern 2014 i "Avant-Garde", primavera-estiu 2015.

TORRAS, fundada el 1951, ha creat un concepte innovador de moda en pell i punt. La marca dissenya per seduir con estilo propio, más allá de las prendas básicas de vestir; una manera de entender la moda que pasa por incorporar los materiales de la más alta calidad en piel, algodón, seda, lino, lana, cachemir o tejidos funcionales. Las colecciones de TORRAS, nacidas en Caldes de Montbui, están hoy presentes en top stores de 40 países, en ciudades como Barcelona, Nueva York, Londres, Moscú o Shanghái. TORRAS tiene una red de exportación del 70%, showrooms en Milán y Nueva York, y participa en las ferias de moda de Nueva York (MRketNY), Las Vegas (MRketLV), Düsseldorf (Supreme) y Moscú (CPM-Collection Premiere Moscow).

Juanmabyelcuco

Juanma Granero Fernández (Barcelona, 1978). Cursa sus estudios de diseño de moda y estilismo de indumentaria en la escuela de artes y oficios artísticos Llotja de Barcelona, junto con alumnos como Txell Miras o Juan Antonio López. Evolucionan 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. En los últimos dos años ha colaborado con la marca TORRAS en el estilismo y escenificación de los desfiles "Torras Black", otoño-invierno 2013, "The Authentic Me", primavera-verano 2014, "Capricious", otoño-invierno 2014 y "Avant-Garde", primavera-verano 2015.

TORRAS, founded in 1951, has created an innovative concept of fashion in leather and knitwear. The brand designs to seduce in their unique style, beyond basic pieces of clothing, a way of understanding fashion that incorporates materials of the highest quality in leather, cotton, silk, linen, wool, cashmere and functional fabrics. The TORRAS collections, created in Caldes de Montbui, are now present in top stores in 40 countries, in cities like Barcelona, New York, London, Moscow and Shanghai. TORRAS exports 70% of its production, has showrooms in Milan and New York, and participates in the fashion fairs of New York (MRketNY), Las Vegas (MRketLV), Düsseldorf (Supreme) and Moscow (CPM-Collection Premiere Moscow).

Juanmabyelcuco

Juanma Granero Fernández (Barcelona, 1978). He studies fashion design and styling of clothing at the Llotja School of arts and crafts in Barcelona, along with students like Txell Miras and Juan Antonio Lopez. He develops as stylist, creating his first collections and illustrations in the workshop of Josep Font for his brand of haute couture and prêt-à-porter. He also does pattern designs for other clients, a job he juggles with styling for national and international magazines. Between 2004 and 2013, he presents many collections at various fashion shows in Madrid, Cadiz, Valencia and Barcelona. For the last two years he has collaborated with the brand on Torras styling and in staging parades "Torras Black" FW13, "The Authentic Me" SS14, "Capricious" FW14 and "Avant-Garde" SS15.

Marca comercial / commercial brand:
TORRAS

Adreça / dirección / address:
C/ Del Garraf, 33
Caldes de Montbui 08140

T. +34 938 627 533

www.torras.com
info@torras.com
facebook.com/TorrasWorld
twitter.com/TorrasWorld

Col·lecció / Colección / Collection



 **TORRAS**

MÍMESIS

Ens endinsem en la voràgine d'un pla encara sense explorar d'una estranya procedència. Salvatge, hivernal, tosc, on destaquen homes i dones bohemis, viatgers amb olors diferents, compostos de barreges de textures. Solitaris, autodidactes, amos de la seva pròpia llibertat, lluitadors davant l'adversitat. Temps d'assossec i de calma. Mimetitzen amb l'ambient i el marc on es troben. Rescaten del passat elements que imiten a l'actualitat. Aprofundeixen en la seva energia interior i exterioritzen la força del clima i les circumstàncies que troben al seu pas a través dels colors, matèries i textures. S'adapten al medi i d'ell n'extreuen tota la seva força. És el Mimetisme adaptat a la pròpia naturalesa.

MÍMESIS

Nos adentramos en la voràgine de un llano aún sin explorar de una extraña procedencia. Salvaje, invernal, tosc, donde destacan hombres y mujeres bohemios, viajeros con olores diferentes, compuestos de mezcla de texturas. Solitarios, autodidactas, amos de su propia libertad, luchadores ante la adversidad. Tiempo de sosiego y de calma. Mimetizan con el ambiente y el marco donde se encuentran. Rescatan del pasado elementos que imitan en la actualidad. Profundizan en su energía interior y exteriorizan la fuerza del clima y las circunstancias que encuentran a su paso a través de los colores, materias y texturas. Se adaptan al medio y de él extraen toda su fuerza. Es el Mimetismo adaptado a la propia naturaleza.

MÍMESIS

We go deep into a prairie maelstrom of uncertain origin, yet to explore. Wild, winterly, rustic enhanced by bohemian and traveler men and women, with different smells, composed by a mixture of textures. Lonely, autodidact, owners of their own liberty, courageous in the face of adversity. Time for peace and serenity. Blending in with the environment and the frame they are located in. They bring from the past elements they imitate at present. They delve into their inner energy and reveal the strength of the atmosphere and the circumstances they find in their path through colours, materials and textures. They adapt to the environment from which they bring off all the strength. It is mimicry adapted to the very nature.

YERSE

04 / 02 / 2015 - 14h

Biografia / Biografía / Biography

Fundada l'any 1964 per Lluís Generó i Domenech, i basant la seva producció en els jerseis de punt per a tota la família, la marca Yerse ha anat globalitzant-se i canviant d'estratègia empresarial, per centrar-se, 50 anys després, en els total looks femenins. Sense perdre la seva essència, el punt, molt present en totes les seves col·leccions, ha anat entremescant textures i matèries per arribar al segle XXI amb una essència de marca molt genuïna, sota el prisma de l'estil vintage i la influència urbana de les grans ciutats cosmopolites. El resultat, col·leccions casual-chic, amb detalls subtils i sofisticats que vesteixen una dona natural, a la recerca d'un estil confortable i cosmopolita, i amb una actitud davant la vida: slow life.

Yerse dissenya i comercialitza quatre col·leccions l'any: la col·lecció Yerse de la temporada (primavera-estiu / tardor-hivern), la col·lecció de complementos corresponent a cada temporada, i dues col·leccions flaix (High Summer/Special Edition). Un total de més de 300 referències, que es venen en més de 1.300 punts de venda de tot el món.

Fundada el año 1964 por Lluís Generó i Domenech, y basando su producción en los jerséis de punto para toda la familia, la marca Yerse ha ido globalizándose y cambiando de estrategia empresarial, para centrarse, 50 años después, en los total looks femeninos. Sin perder su esencia, el punto, muy presente en todas sus colecciones, ha ido entremezclando texturas y materias para llegar al siglo XXI con una esencia de marca muy genuina, bajo el prisma del estilo vintage y la influencia urbana de las grandes ciudades cosmopolitas. El resultado, colecciones casual chic, con sutiles y sofisticados detalles, que visten una mujer natural a la búsqueda de un estilo confortable y cosmopolita, y con una actitud ante la vida: el slow life. Yerse diseña y comercializa cuatro colecciones cada año: la colección

Yerse de la temporada (primavera-verano / otoño-invierno), la colección de complementos correspondiente a cada temporada, y dos colecciones flash (High Summer/Special Edition). Un total de más de 300 referencias, que se venden en más de 1.300 puntos de venta de todo el mundo.

Yerse was founded by Louis Generó i Domenech in 1964, and basing its production on knitwear for the whole family, the Yerse brand has focused on globalizing and changing its business strategy over the last 50 years to come up with a feminine "total look". Without losing its essence, the knitwear, very present in all collections, has gone intermingling textures and materials to reach the 21st century with a very authentic essence through the prism of vintage style and the urban influence of the great cosmopolitan cities. The resulting collections "casual chic" with subtle and sophisticated details adorning a woman looking for a natural and comfortable style and a cosmopolitan attitude to life: the slow life.

Yerse designs and markets four collections per year, the seasonal Yerse collection (spring and summer / fall- winter), the Yerse collection of accessories for each season, and two flash collections (High Summer/Special Edition). A total of over 300 items sold in over 1,300 retail outlets worldwide

Marca comercial / commercial brand:
YERSE

Adreça / dirección / address:
Carretera Terrassa, 263
Sabadell 08205

T. +34 93 745 17 00

www.yerse.com
marketing@yerse.com
facebook.com/yerse.fans
twitter.com/YERSE_modalins-
tagram

Col·lecció / Colección / Collection

Yerse

SINCE 1964

THE BEAUTY SURROUNDS

La bellesa no és un do. És una actitud, una melodia que componem mitjançant petits detalls i gestos feliços que ens reconforten sense presses. La nova col·lecció de Yerse tardor-hivern 2015-2016 s'inspira en la bellesa que cada dona dibuixa al seu voltant per donar forma al seu propi benestar.

Optimistes flors d'hivern naixen sobre teixits naturals. Quadres de racionalitat nòrdica construeixen trames infinites. Fruïtes del bosc floreixen ingènuament al mig de llenços minerals. Vermells terra, blaus malva i verds jade donen color als eternals dies de fred. El blanc trencat cobreix, poc a poc, paisatges de llanes verges. Talls urbans desafien simetries convencionals.

El que és imperceptible sí que importa.

THE BEAUTY SURROUNDS

La belleza no es un don. Es una actitud, una melodía que componemos a base de detalles pequeños y gestos felices que nos reconfortan sin prisas. La nueva colección Yerse AW15-16 se inspira en la belleza que cada mujer dibuja a su alrededor para dar forma a su propio bienestar.

Optimistas flores de invierno nacen sobre tejidos naturales. Cuadros de racionalidad nórdica construyen tramas infinitas. Frutos del bosque florecen ingenuamente en medio de lienzos minerales. Rojos tierra, azules malva y verdes jade dan color a los eternos días de frío. El blanco roto cubre, poco a poco, paisajes de lanas vírgenes. Cortes urbanos desafían simetrías convencionales. Lo imperceptible sí importa.

THE BEAUTY SURROUNDS

Beauty is not a gift. It is an attitude, a melody composed of small details and gestures that comfort us unhurriedly. The new Yerse FW15-16 collection is inspired on the beauty that every woman draws around her to create her own well being.

Optimistic winter flowers bloom on natural fabrics. Pictures of Nordic rationality build endless interlocking networks. Wild berries borne naively amid mineral canvases. Red earth, mauve blues and jade greens color the endlessly cold days. Off-white covers, bit by bit, virgin wool landscapes. Urban lines defy conventional symmetries.

The imperceptible does indeed matter.

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 altra iniciativa orientada a la millora competitiva.

Les empreses que actualment formen part de clúster (Desembre 2014) són 115 i generen una facturació agregada de 1.500 milions d'euros, tenen presència comercial en més de 200 països i ocupen a més de 5.000 professionals.

El Clúster Textil i Moda ha obtingut el reconeixement d'Agrupación Empresarial Innovadora (AEI), atorgat pel Ministerio de Industria, Energía y Turismo; també disposa del certificat Bronze Label d'excel·lència en gestió de clústers, que atorga l'European Secretariat for Cluster Analysis (ESCA) i de l'etiqueta Catalonia Clusters, del Departament d'empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

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 2014) son 115 y generan una facturación agregada de 1.500 millones de euros, tienen presencia comercial en más de 200 países y ocupan a más de 5.000 profesionales.

El Clúster Tèxtil i Moda, ha sido reconocido como Agrupación Empresarial Innovadora (AEI), otorgado por el Ministerio de Industria, Energía y Turismo; también cuenta con el certificado Bronze Label de excelencia en gestión de clusters, que otorga el European Secretariat for Cluster Analysis (ESCA) y la etiqueta Catalonia Clusters, del Departamento de Empresa y Ocupación de la Generalitat de Catalunya.

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.

115 companies belong to the Cluster (date December 2014). They generate an added turnover of 1.500 million of Euros, maintain a commercial network around more than 200 countries and occupy 3.000 professionals.

The Catalan Fashion & Textile Cluster has been certified since January 2013 with the "Bronze Label" by the European Secretariat for Cluster Analysis. Has also, been recognized as Innovative Business Groups (AEI), awarded by the Spanish Ministry of Industry, Energy and Tourism; and owns the label "Catalonia Clusters", from the Department of Business and Occupation of the Generalitat of Catalonia.

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

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

CND™ VINYLUX™

EL ESMALTE QUE DESAFÍA AL TIEMPO

-  Dura hasta **7 días**
-  Se seca en **segundos**
-  No necesita capa base
-  Capa de color **autoadhesiva**
-  Tecnología **ProLight***
-  Más de **70 colores**

LA MANICURA
OFICIAL DE LA

080

BARCELONA
FASHION

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

 facebook.com/CNDSpain  [twitter/cndspain](https://twitter.com/cndspain)  [instagram/cndspain](https://instagram.com/cndspain)



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

CND  **TM**
Nails. Fashion. Beauty.

MODAFAD

05 / 02 / 2015 - 19h



MODAFAD AWARDS

38ª Edició de MODAFAD, la passarel·la de Dissenyadors de moda Emergents, presenta el dijous 5 de Gener, a les 19h, la col·lecció de Pedro Covelo (Guanyador de l'última edició dels Premis MODAFAD), Martín Maldonado (Menció Especial Modafad Fashion Awards 2014) i Yoseline Martinez (Guanyadora dels Premis de Moda de Aguascalientes / Mexico)

Dept. de premsa del FAD:
prensa@fad.cat

MODAFAD / FAD

Foment de les Arts i el Disseny
www.modafad.org
#ModafadAwards
#ModafadBarcelona

MODAFAD AWARDS

38ª Edición de MODAFAD, la pasarela de Diseñadores de moda Emergentes, presenta el jueves 5 Febrero, a las 19h, la colección de Pedro Covelo (Ganador Mejor Diseñador Modafad Fashion Awards 2014), Martín Maldonado (Ganador Mención Especial Modafad Fashion Awards 2014) y Yoseline Martinez (Diseñadora Mexicana Galardonada en la Pasarela de Aguascalientes 2014)

Dep. de premsa del FAD:
prensa@fad.cat

MODAFAD / FAD

Foment de les Arts i el Disseny
www.modafad.org
#ModafadAwards
#ModafadBarcelona

MODAFAD AWARDS

38th Edition of MODAFAD, the catwalk of fashion emerging designers, presents on Thursday 5th February at 19h, the collection of Pedro Covelo (winner of the last edition of the MODAFAD Fashion Awards), Martín Maldonado (Finalist Modafad Fashion Awards 2014) and Yoseline Martinez from Mexico (Winner of the Aguascalientes Fashion Contest 2014)

Press Dpt FAD:
prensa@fad.cat

MODAFAD / FAD

Foment de les Arts i el Disseny
www.modafad.org
#ModafadAwards
#ModafadBarcelona



MAQUILLAJE DE M·A·C

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

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

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

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

Per a més informació:
www.maccosmetics.es

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

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

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

Para más información:
www.maccosmetics.es

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

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

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

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

More information:
www.maccosmetics.es

Col·laboradors de:

080
BARCELONA
FASHION
Generalitat
de Catalunya

STOP WALKING!

These shoes
are made for
taking a taxi.

Descarrega mytaxi App i gaudeix de
10 € gratis per al teu primer trajecte
pagant a través de l'aplicació.
Introdueix el codi "080bcn".



mytaxi
La Taxi App

MARXANDATGE MERCHANDISING

A la venda a la botiga del 080 Barcelona Fashion
En venta en la tienda del 080 Barcelona Fashion
On sale in the 080 Barcelona Fashion Shop



Samarreta trencadís
Camiseta trencadís
"Trencadís" t-shirt

Preu / Precio / Price : 10€



Mitjons 080
Calcetines 080
080 Socks

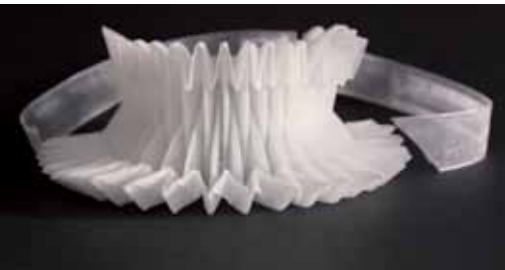
Preu / Precio / Price : 3.90€

Design Contest



Design Contest juliol 2012
Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
María Vazquez Mosteiro

Preu / Precio / Price : 10€



Design Contest gener 2013
Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Marta Ortí Raspall

Preu / Precio / Price : 15€

OLYMPUS

OLYMPUS PEN

080

BARCELONA
FASHION



E-PL7

YOU **LOOK SO PEN**

MyPENCamera  

www.olympus.es/PEN



SEAT



NUEVO SEAT Mii BY MANGO

Porque el diseño importa

TECNOLOGÍA PARA DISFRUTAR

El nuevo SEAT Mii by Mango viene con mucho estilo. Tener estilo es llegar a ese momento en la vida en el que atraes todas las miradas sin apenas esfuerzo. En el que sabes que la diferencia la marcan pequeños detalles que te convierten en única. Y en el que buscas un coche para moverte por la ciudad que sea como tú. Con esa filosofía nace el nuevo SEAT Mii by Mango. Un coche urbano lleno de pequeños detalles que te diferenciarán del resto.

Porque el diseño importa, nuevo SEAT Mii by Mango.



TAPICERÍA ALCÁNTARA EN NEGRO



VOLANTE EN PIEL CON COSTURAS BEIGE



COLGADOR PARA BOLSOS EXCLUSIVO

YouTube [.COM/TUSEAT](https://www.youtube.com/tuseat)

Facebook [.COM/SEAT](https://www.facebook.com/seat)

Twitter [.COM/TUSEAT](https://www.twitter.com/tuseat)

SEAT.ES

SEAT recomienda

Consumo medio combinado de 4,1 a 4,7 l/100 km. Emisiones de CO₂ de 79 a 108 g/km.
Imagen acabado Mii by Mango.

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

www.ccam.cat
ccam@gencat.cat

Producció, Direcció artística i Càsting:
ESMA Proyectos

Prensa Nacional, RRPP i Patrocinis:
Equipo Singular

Prensa Internacional:
XXL Comunicación

Disseny i maquetació:
Eva Anguita

Impressió:
Dilograf, SL

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

1a edició
500 exemplars
Barcelona, gener de 2015

Dipòsit Legal
B. 2491-2013

ISSN: 2014-3710



BARCELONA
F A S H I O N
—FW 15/16—

080barcelonafashion.cat

amb la col·laboració de:



Generalitat
de Catalunya