



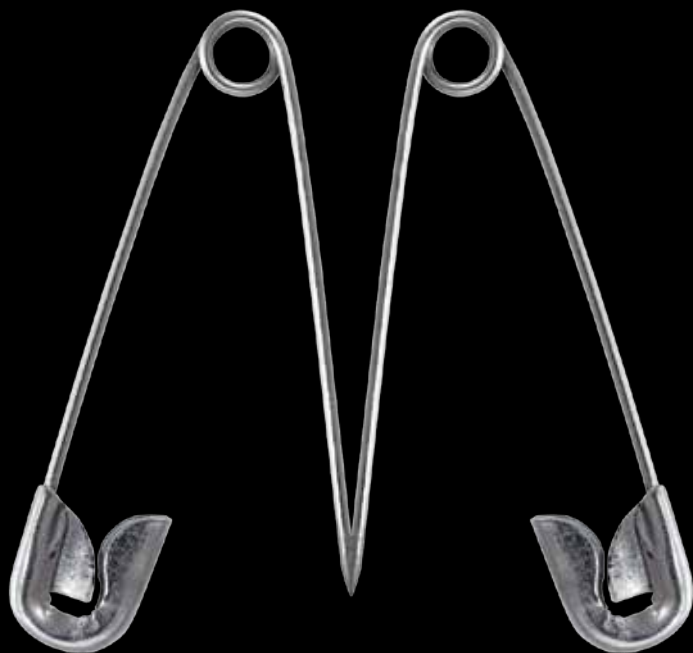
080

BARCELONA
F A S H I O N
FW 16 / 17

◆ o8obarcelonafashion.cat ◆



**Generalitat
de Catalunya**



De l'1 al 5 de febrer de 2016
a la Casa Llotja de Mar de Barcelona.

Suki Waterhouse para Redken
5th Avenue. Color creado por
David Stanko con Blonde Idol
Free Hand y Shades EQ.

NEW BABYLIGHTS

INOCENCIA SEXY. HIGH IMPACT

Los reflejos naturales que siempre has buscado, ahora reinventados gracias a Redken 5th Avenue y su nueva técnica **New #Babylights**. Una técnica de coloración exclusivamente profesional con la que poder endulzar tu rubio con las mechas más sutiles. Encuentra tu salón Redken más cercano en redken.com.es y pide a tu colorista tu look **New Babylights** personalizado.

REDKEN

5TH AVENUE NYC



Catalunya és una economia dinàmica, diversa i oberta al món. El sector tèxtil moda n'és un referent clar, amb gairebé 3.000 empreses de les que més del 70% exporten els seus productes a tot el món i que ocupen més de 60.000 persones representant el 8% del PIB català.

La projecció i internacionalització de les nostres empreses és una de les prioritats de l'acció de govern. Amb 17 edicions el **080 Barcelona Fashion** s'ha convertit en una eina clau de suport i projecció internacional de les empreses del sector.

Modernitat, innovació, disseny, talent i avantguarda són els trets característics del sector tèxtil i alhora són els valors que el conjunt del país ha de fer seus per consolidar un creixement econòmic que serà la millor garantia de la preservació i millora de l'estat del benestar.

El **080 Barcelona Fashion** és un exemple de col·laboració entre el món de l'empresa i l'administració, demostra la importància de sumar esforços i generar sinergies entre els diferents agents i que acaben reforçant l'èxit de cada edició.

Com a conseller d'Empresa i Coneixement vull agrair la participació i implicació de dissenyadors i empreses, gràcies al vostre talent i creativitat durant uns dies Barcelona es converteix en la capital de la moda i un referent internacional.

Us desitjo els millors èxits professionals per aquest any que tot just ha començat, i espero que la vostra participació en el **080 Barcelona Fashion** contribueixi a la projecció internacional i impuls de les vostres empreses.

Amb tota cordialitat,

Jordi Baiget
Conseller d'Empresa i Coneixement
Generalitat de Catalunya

Cataluña es una economía dinámica, diversa y abierta al mundo. El sector textil moda es un referente claro, con casi 3.000 empresas de las que más del 70% exportan sus productos a todo el mundo y que ocupan más de 60.000 personas que representa el 8% del PIB catalán.

La proyección e internacionalización de nuestras empresas es una de las prioridades de la acción de gobierno. Con 17 ediciones el **080 Barcelona Fashion** se ha convertido en una herramienta clave de apoyo y proyección internacional de las empresas del sector.

Modernidad, innovación, diseño, talento y vanguardia son los rasgos característicos del sector textil y al mismo tiempo son los valores que el conjunto del país debe hacer suyos para consolidar un crecimiento económico que será la mejor garantía de la preservación y mejora del estado del bienestar.

El **080 Barcelona Fashion** es un ejemplo de colaboración entre el mundo de la empresa y la administración, demuestra la importancia de sumar esfuerzos y generar sinergias entre los diferentes agentes y que terminan reforzando el éxito de cada edición.

Como Conseller d' Empresa i Coneixement quiero agradecer la participación e implicación de diseñadores y empresas, gracias a su talento y creatividad durante unos días Barcelona se convierte en la capital de la moda i un referente internacional.

Os deseo los mejores éxitos profesionales para este año que apenas ha comenzado, y espero que vuestra participación en el **080 Barcelona Fashion** contribuya a la proyección internacional e impulso de sus empresas.

Amb tota cordialitat,

Jordi Baiget
Conseller d'Empresa i Coneixement
Generalitat de Catalunya

Catalonia is a dynamic and diverse economy, open to the world. The fashion and textiles sector is an outstanding example of this, with close on 3,000 companies, more than 70% of which export their products worldwide, employing over 60,000 people and accounting for 80% of Catalan GDP.

The profile and internationalisation of our enterprises is one of the priorities for government action. Over 17 editions, **080 Barcelona Fashion** has become a key tool in supporting and raising the international profile of enterprises in the sector.

Modernity, innovation, design, talent and the avant-garde are the distinctive hallmarks of the textile sector, and also the values that the country as a whole must take on board in order to consolidate the economic growth that will be the soundest guarantee in preserving and improving the welfare state.

080 Barcelona Fashion is an example of cooperation between the worlds of enterprise and government, demonstrating the importance of joining forces and generating synergies among different agents, in order ultimately to underpin the success of each edition.

As Regional Minister of Enterprise and Knowledge, I wish to express my gratitude for the involvement and dedication of designers and companies: thanks to your talent and creativity, Barcelona becomes over the course of several days the capital of fashion and an international beacon.

I wish you the greatest possible professional success in the year now beginning, and trust that your involvement in **080 Barcelona Fashion** will help the international profile and promotion of your companies.

Warmest regards,

Jordi Baiget
Conseller d'Empresa i Coneixement
Generalitat de Catalunya



BARCELONA F A S H I O N

LA BOTELLA HECHA MODA

080
BARCELONA
F A S H I O N



Mucho Más que Agua

080

BARCELONA FASHION

És certament magnífic poder mostrar totes les col·leccions dels nostres creadors en un espai com el de la Llotja que respira art, equilibri i majestuositat pels quatre costats. El Saló de Contractacions és el marc que acull les desfilades, el saló Daurat les exposicions i trobades empresarials. La Biblioteca el show-room, el pati la mostra de les escoles i la benvinguda dels nostres patrocinadors.

Certament, aquesta edició, creiem que és, una vegada més, un reflex de l'objectiu del **080 Barcelona Fashion**, que és seu del punt de trobada sectorial i empresarial.

Penso que ho estem aconseguint, des del concurs d'idees i projectes empresarials fins a les creacions dels nostres dissenyadors més novells, el **080 Barcelona Fashion** acull el talent i l'aposta empresarial.

A la vegada, en el recinte del Palau de la Música, una nova edició del Barcelona Fashion Summit, la trobada empresarial més important sectorial que es fa a l'estat espanyol.

La inauguració anirà a càrrec dels guanyadors del Premi Nacional al Disseny Emergent de la Generalitat de Catalunya i el Premi Nacional a la Millor Col·lecció de l'edició número 16 del juliol del 2015.

Clourà, un any més, Modafad, amb les seves propostes dels nous talents.

Espero que la visita i el treball en aquesta edició del **080 Barcelona Fashion** sigui ben profitosa i enriquidora.

Us dono la més sincera i cordial benvinguda,

Miquel Rodríguez
Director del 080 Barcelona Fashion

Es ciertamente magnífico poder mostrar todas las colecciones de nuestros creadores en un espacio como el de la Llotja que respira arte, equilibrio y majestuosidad por los cuatro costados. El Salón de Contrataciones es el marco que acoge los desfiles, el salón Dorado las exposiciones y encuentros empresariales. La Biblioteca el show-room, el patio la muestra de las escuelas y la bienvenida de nuestros patrocinadores.

Ciertamente, esta edición, creemos que es, una vez más, un reflejo del objetivo del **080 Barcelona Fashion**, que es sede del punto de encuentro sectorial y empresarial.

Pienso que lo estamos consiguiendo, desde el concurso de ideas y proyectos empresariales hasta las creaciones de nuestros diseñadores más noveles, el **080 Barcelona Fashion** acoge el talento y la apuesta empresarial.

A la vez, en el recinto del Palau de la Música, una nueva edición del Barcelona Fashion Summit, el encuentro empresarial más importante sectorial que se hace en España.

La inauguración correrá a cargo de los ganadores del Premio Nacional al Diseño Emergente de la Generalitat de Catalunya y el Premio Nacional a la Mejor Colección de la edición número 16 de julio de 2015.

Cerrará, un año más, Modafad, con sus propuestas de los nuevos talentos.

Espero que la visita y el trabajo en esta edición del **080 Barcelona Fashion** sea bien provechosa y enriquecedora.

Os doy la más sincera y cordial bienvenida,

Miquel Rodríguez
Director del 080 Barcelona Fashion

It is undeniably wonderful to be able to show all the collections of our creative minds in a venue such as the Llotja, which exudes art, poise and majesty from every side. The Contracts Hall is the setting for the catwalk shows, the Golden Hall for the exhibitions and business meetings. The Library houses the showroom, and the Courtyard the presentation by the schools and the welcome from our sponsors.

It must be said that we believe that this edition is once again a reflection of the aim of 080 Barcelona Fashion, namely to serve as a meeting point for the sector and business.

An aim I believe we are fulfilling, from the converging business projects and ideas to the creations of our youngest designers, 080 Barcelona Fashion is home to committed enterprise and talent.

Meanwhile, the Palau de la Música venue will be staging a new edition of the Barcelona Fashion Summit, the most important business gathering held in the sector anywhere in Spain.

The opening ceremony will come courtesy of the winners of the Catalan Regional Government National Emerging Design Award and the National Award for the Best Collection at edition 16, held in July 2015.

Modafad will once again draw the event to a close by showcasing new talents.

I trust that your visit to and work at this edition of 080 Barcelona Fashion will be truly beneficial and enriching.

Once again, my sincerest and warmest welcome.

Miquel Rodríguez
Director del 080 Barcelona Fashion

El cava només es gaudeix amb moderació. 11,5°

Wine Moderation
all day long

*Som de celebrar
la bellesa de cada dia*



CODORNÍ

Som
Codorní.

Des de 1551.

10 Programa ♦ Program

10 Desfilades / Desfiles / Fashion shows II Horaris / Horarios / Schedule

12 Barcelona Fashion Summit

20 080 Barcelona Fashion Ideas Contest

24 Escoles de disseny ♦ Escuelas de diseño ♦ Design schools

35 Casa Llotja de Mar

39 Open Area

39 080 TV Channel 41 Tesines de Moda
40 NEO2 Photo Shoot Exhibition 42 Pedro Rodríguez Exhibition

44 Manolo Blahnik: “Fleeting Gestures and Obsessions”

48 Open Area: 080 Fashion Market (Pop-up stores)

58 Dissenyadors ♦ Diseñadores ♦ Designers

58	Brain & Beast	65	Lebor Gabala	72	Pau Esteve
59	Carlotaoms	66	Manuel Bolaño	73	Sita Murt
60	Celia Vela	67	Menchén Tomàs	74	TCN
61	Custo Barcelona	68	Miquel Suay	75	Txell Miras
62	Edgar Carrascal	69	Miriam Ponsa	76	VM La Sibèria
63	Justicia Ruano	70	Oscarleon	77	Xavi Grados
64	Krizia Robustella	71	Pablo Erroz		

78 Marques ♦ Marcas ♦ Brands

78	Aldomartins	82	Lupo Barcelona	86	Torras
79	Bóboli	83	Lyle & Scott	87	Wom & Now
80	CND By Cóndor	84	Naulover	88	Yerse
81	Escorpion	85	Punto Blanco		

90 MODACC: 080 Barcelona Fashion Showroom

92 Modafad

Programa ♦ Program

01 / 02 / 2016

16h Carlotaoms / Pau Esteve

17.30h Celia Vela

19h Miquel Suay

20.30h TCN

♦ Cal tenir invitació
Se necesita invitación
By invitation only

02 / 02 / 2016

11h Krizia Robustella / Pablo Erroz

12.30h Punto Blanco

14h Txell Miras

16h Miriam Ponsa

17.30h Escorpion

19h Sita Murt

20.30h "Ob Judy, I Need Your Love"
by Manuel Bolaño

03 / 02 / 2016

11h Lyle & Scott / Edgar Carrascal

12.30h Naulover

14h Wom & Now

16h Oscarleon

17.30h Lchor Gabala

19h Justicia Ruano

21h Custo Barcelona ♦

04 / 02 / 2016

11h Xavi Grados / Torras

12.30h Aldomartins

14h Lupo Barcelona

16h Yerse

17.30h V M La Sibèria

19h Menchén Tomàs

20h Lliurament de premis
Entrega de premios
Awards ceremony

20h Brain&Beast

05 / 02 / 2016

16h Bóboli / CND by Cóndor

18.30h Modafad

Horaris ♦ Horarios ♦ Schedule

080 Fashion Market – Village

Lloc / Lugar / Place: Open Area

01 / 02 / 2016	02 – 03 – 04 / 02 / 2016	05 / 02 / 2016
13h a 21h	10.30h a 21h	10.30h a 20h

NEO2 Photo Shoot Exhibition

Lloc / Lugar / Place: Open Area

01 / 02 / 2016	02 – 04 / 02 / 2016
14h a 20.30h	10.30h a 20.30h

080 Barcelona Fashion Showroom

Lloc / Lugar / Place: Saló Consolat de la Casa Llotja de Mar

01 / 02 / 2016	02 – 04 / 02 / 2016	05 / 02 / 2016
14h a 20.30h	10.30h a 20.30h	10.30h a 20h

Pedro Rodríguez Exhibition “Costura a l’armari”

Lloc / Lugar / Place: Saló Daurat de la Casa Llotja de Mar

02 – 04 / 02 / 2016
10.30h a 20.30h

080 Barcelona Fashion Summit

Lloc / Lugar / Place: Palau de la Música Catalana

04 / 02 / 2016
9h a 18h

080 Barcelona Fashion Ideas Contest

Lloc / Lugar / Place: Saló dels Cònsols de la Casa Llotja de Mar

05 / 02 / 2016
10h

Manolo Blahnik: “Fleeting Gestures & Obsessions”

Lloc / Lugar / Place: Sala de Contractacions de la Casa Llotja de Mar

05 / 02 / 2016 - 12.30h

Presentació del llibre i col·loqui
Presentación del libro y coloquio
Book presentation and colloquium

BARCELONA FASHION SUMMIT 2016

04/02/2016 - 9h a 18h

Lloc / Lugar/ Place: Palau de la Música Catalana

Barcelona Fashion Summit és el principal punt de trobada dels professionals del negoci de la moda a Espanya, un fòrum que reuneix als principals executius del sector al voltant d'un programa de ponències i taules rodones en la que participen ponents de primer nivell. Organitzat per Modaes.es, mitjà líder en informació econòmica del negoci de la moda, la trobada aborda cada any aspectes de gran rellevància pel sector, convertint-se en un espai per y per als líders del negoci de la moda.

Keys of growth: com, quan i on créixer serà l'eix conductor de la quarta edició de Barcelona Fashion Summit, que tindrà lloc al Palau de la Música de Barcelona el pròxim 4 de febrer.

El públic, format majoritàriament per executius del sector, també té a Barcelona Fashion Summit un espai idoni per al networking qualitatiu amb altres professionals del sector. Després de reunir prop de 300 persones en les seves dues primeres edicions, l'esdeveniment va superar les 500 inscripcions en la seva tercera edició, que va tenir lloc el 5 de febrer de 2015. El fòrum se celebra cada any en un espai emblemàtic de Barcelona. Després de realitzar-se a l'edifici DHUB en la primera edició, Barcelona Fashion Summit es va traslladar el 2014 a la Llotja de Mar, l'antiga seu de la borsa de Barcelona. El 2015, el fòrum es va celebrar a l'emblemàtic Palau de la Música.

Barcelona Fashion Summit es el principal punto de encuentro de los profesionales del negocio de la moda en España, un foro que reúne a los principales ejecutivos del sector en torno a un programa de ponencias y mesas redondas en las que participan ponentes de primer nivel. Organizado por Modaes.es, medio líder en información económica del negocio de la moda, el encuentro aborda cada año aspectos de gran relevancia para el sector, convirtiéndose en un espacio por y para los líderes del negocio de la moda.

Keys for growth: cómo, cuándo y dónde crecer será el eje conductor de la cuarta edición de Barcelona Fashion Summit, que tendrá lugar en el Palau de Música de Barcelona el próximo 4 de febrero.

El público, formado en su mayoría por ejecutivos del sector, también tiene en Barcelona Fashion Summit un espacio idóneo para el networking cualitativo con otros profesionales del sector. Tras reunir cerca de 300 personas en sus dos primeras ediciones, el evento superó las 500 inscripciones en su tercera edición, que tuvo lugar el 5 de febrero de 2015. El foro se celebra cada año en espacios emblemáticos de Barcelona. Tras realizarse en el edificio DHUB en su primera edición, Barcelona Fashion Summit se trasladó en 2014 a la Llotja de Mar, antigua sede de la bolsa de Barcelona. En 2015, el foro se celebró en el emblemático Palau de la Música.

Barcelona Fashion Summit is the leading meeting point for the professionals in the fashion business in Spain, a forum that gathers every year the leading executives of the sector around a program of conferences and round tables with first level speakers in this industry. Organized by Modaes.es, the leading trade journal in the fashion business in Spain, Barcelona Fashion Summit addresses aspects of relevance for the fashion companies.

Keys for growth: how, when and where to grow will be the central theme of the fourth edition of Barcelona Fashion Summit, that will take place next 4th of February at the Palau de la Música Catalana.

The audience, mostly executives of the sector, find in the summit the ideal event for qualitative networking with other professionals and experts from the industry. After gathering over 300 people in its first two editions, that took place in January, 2013 and January, 2014, Barcelona Fashion Summit exceeded 500 sign-ups in its third edition, that took place on the 5th of February, 2015. The summit is held every year in emblematic places in Barcelona. After taking place at the DHUB building in its first edition, Barcelona Fashion Summit moved in 2014 to the Llotja de Mar, the former headquarter of the Barcelona Stock Exchange. In 2015, the event was held in the Petit Palau at the Palau de la Música Catalana.

Programa ♦ *Program*

Sota el títol *Keys for growth*, la quarta edició de Barcelona Fashion Summit abordarà les estratègies per créixer en la indústria de la moda al voltant de tres eixos: quan, com i on créixer. En el primer bloc, s'abordaran temes com quin és el millor moment per a la injecció de capital o com fer el salt d'una pime a una gran empresa.

L'esdeveniment s'enfoca després en quines són les claus per créixer, centrant-se en el producte de nínxol i la diversificació, la sostenibilitat i l'aprovisionament, així com la manera de formar als equips per créixer. El darrer bloc del fòrum es centrarà en el món digital com a canal clau en la recerca de nous clients, l'estratègia de producte davant l'expansió internacional i cap a on s'ha de dirigir la moda després del crack de Rússia i la Xina.

Barcelona Fashion Summit 2016, que té lloc entre les nou del matí i les sis de la tarda del pròxim dijous 4 de febrer, comptarà en el seu programa amb ponents de companyies de moda internacionals i nacionals com Inditex, Mango, Grupo Cortefiel, Primark, Liwe Española, Mayoral, El Ganso, Mustang o Scalpers i experts d'entitats com KPMG, EY, PwC, Deloitte o Class, entre d'altres.



Bajo el título *Keys for growth*, la cuarta edición de Barcelona Fashion Summit abordará las estrategias para crecer en la industria de la moda en torno a tres ejes: cuándo, cómo y dónde crecer. En el primer bloque, se abordarán temas como cuál es el mejor momento para la inyección de capital o cómo dar el salto de una pyme a una gran empresa.

El evento se enfocará después en cuáles son las claves para crecer, centrándose en el producto nicho y la diversificación, la sostenibilidad y el aprovisionamiento y la manera de formar a los equipos para crecer. El último bloque del foro se centrará el mundo digital como canal clave en la búsqueda de nuevos caladeros de clientes, la estrategia de producto ante la expansión internacional y a dónde debe dirigirse la moda tras el crack de Rusia y China.

Barcelona Fashion Summit 2016, que se desarrollará entre las nou de la mañana y las seis de la tarde el próximo jueves 4 de febrero, contará en su programa con ponentes de compañías de moda internacionales y nacionales como Inditex, Mango, Grupo Cortefiel, Primark, Liwe Española, Mayoral, El Ganso, Mustang y Scalpers y expertos de entidades como KPMG, EY, PwC, Deloitte o Class, entre otros.



Entitled Keys for growth, the fourth edition of Barcelona Fashion Summit will address the strategies for growing in the fashion industry around three key themes: when, how and where to grow. First, the event will approach which is the best moment for an infusion of funds and how to take the leap from being a smb to a big company.

The summit will focus then on the keys for growth, from market niches and diversification to sustainability and how to train the teams in order to keep growing. Finally, the last part of the event will approach the digital world as a key channel in the search for new clients, the product strategy facing international expansion, and where should fashion head after the crisis in Russia and China.

Barcelona Fashion Summit 2016, that will take place between 9 a.m. and 6 p.m next 4th of February, will gather speakers from international and Spanish fashion companies such as Inditex, Mango, Grupo Cortefiel, Primark, Liwe Española, Mayoral, El Ganso, Mustang and Scalpers and experts from organisations like KPMG, EY, PwC, Deloitte or Class, among others.



José María Álvarez



José María Álvarez és director de desenvolupament corporatiu a Inditex. El grup gallec, propietari de cadenes com Zara, Bershka, Stradivarius o Massimo Dutti, s'ha convertit en l'empresa de distribució de moda més gran del món. Inditex va tancar el 2014 amb unes vendes de 18.117 milions d'euros i un benefici superior als 2.000 milions.

José María Álvarez es director de desarrollo corporativo en Inditex. El grupo gallego, propietario de cadenas como Zara, Bershka, Stradivarius o Massimo Dutti, se ha convertido en la mayor empresa del mundo de distribución de moda. Inditex cerró 2014 con unas ventas de 18.117 millones de euros y un beneficio superior a los 2.000 millones.

José María Álvarez is chief of corporate development in Inditex. The Spanish group, owner of chains like Zara, Bershka, Stradivarius or Massimo Dutti, has become the largest fashion retailer in the world. The group's revenues reached 18,11 billion euros in 2014, and net income reached 2 billion.

Mar Morón



Mar Morón és product controller per Espanya i Portugal a la companyia irlandesa Primark, un dels més grans grups de distribució de moda. Basada actualment a Dublín, l'executiva va incorporar-se a Primark el 2011, després de passar per companyies com El Corte Inglés, Carrefour, Uterqüe y Tempe (les dues últimes propietat d'Inditex).

Mar Morón es product controller para España y Portugal en la compañía irlandesa Primark, uno de los mayores grupos del mundo de distribución de moda. Basada actualmente en Dublín, la ejecutiva se incorporó a Primark en 2011, tras pasar por compañías como El Corte Inglés, Carrefour, Uterqüe y Tempe (las dos últimas propiedad de Inditex).

Mar Morón és product controller per Espanya i Portugal a la companyia irlandesa Primark, un dels més grans grups de distribució de moda. Basada actualment a Dublín, l'executiva va incorporar-se a Primark el 2011, després de passar per companyies com El Corte Inglés, Carrefour, Uterqüe y Tempe (les dues últimes propietat d'Inditex).

Tony Batlló



Tony Batlló és des del 2014 director general d'expansió de Mango, companyia present en més de cent països de tot el món. Anteriorment, el directiu havia estat responsable de l'empresa a la regió d'Amèrica. Abans d'incorporar-se a Mango, Batlló també va estar al capdavant de Privalia a Europa. Enginyer Industrial per la Universitat Politècnica de Catalunya, l'executiu també és MBA per l'IESE.

Tony Batlló es desde 2014 director general de expansión de Mango, compañía presente en más de cien países de todo el mundo. Anteriormente, el directivo había sido responsable de la empresa en la región de América. Antes de incorporarse a Mango, Batlló también estuvo al frente de Privalia en Europa. Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña, el ejecutivo también es MBA por IESE.

Tony Batlló is expansion general manager at Mango since 2014. Before joining Mango, where he started working as general manager for Americas, Batllo has worked for companies such as Bechtel Corporation, McKinsey&Co. and IQV Agro. He also was the Country Manager Europe for Privalia. Batlló graduated in industrial engineering and has an MBA from Iese.

Ignacio Sierra



Ignacio Sierra es la cara visible de Cortefiel, el tercer grup espanyol de distribució de moda. Sierra és el director general corporatiu de l'empresa i s'ocupa de les àrees de comunicació, responsabilitat social corporativa i M&A. Llicenciat en Dret i MBA per l'Institut de Empresa, l'executiu és també adjunt al conseller delegat i a la presidència.

Ignacio Sierra es la cara visible de Cortefiel, el tercer mayor grupo español de distribución de moda. Sierra es el director general corporativo de la empresa y se ocupa de las áreas de comunicación, responsabilidad social corporativa y M&A. Licenciado en Derecho y MBA por el Instituto de Empresa, el ejecutivo es también adjunto al consejero delegado y a presidencia.

Ignacio Sierra is the chief corporate officer at Grupo Cortefiel, the third biggest fashion retailer in Spain. The executive manages the communication, corporate social responsibility and mergers and acquisitions areas. Sierra graduated in Law and has an MBA from the Instituto de Empresa. He joined Cortefiel in 2004 from insurance company Mapfre.

Clemente Cebrián



Clemente Cebrián és fundador, juntament amb el seu germà Álvaro, de l'empresa de moda masculina i femenina El Ganso. Formats en Ciències Empresarials per CUNEF, tots dos van donar el salt a la moda el 2004. El Ganso, que ha incorporat el fons francès L Capital al seu accionariat, compta actualment amb uns 120 establiments al món i una plantilla formada per 600 persones.

Clemente Cebrián es fundador, junto a su hermano Álvaro, de la empresa de moda masculina y femenina El Ganso. Formados en Ciencias Empresariales por CUNEF, ambos dieron el salto a la moda en 2004. El Ganso, que ha incorporado al fondo francés L Capital a su accionariado, cuenta actualmente con unos 120 establecimientos en el mundo y una plantilla formada por 600 personas.

Clemente Cebrián is the founder, together with his brother Álvaro, of El Ganso. Both studied Business in Cunef and in 2004 decided to leave their jobs to start a career in the fashion business. El Ganso, that's owned in a 49% by L Capital, the private equity fund sponsored by LVMH and Groupe Arnault, operates 120 stores with a total of 600 employees.

Fernando del Monte



Fernando del Monte és director d'exportació de Grupo Mayoral, l'empresa espanyola més gran especialitzada en moda infantil. Llicenciat en Ciències Econòmiques i Empresarials per la Universitat de Màlaga, l'executiu va incorporar-se a Mayoral el 1997, després d'iniciar la seva carrera professional en companyies com Nissho Iwai Iberia.

Fernando del Monte es director de exportación de Grupo Mayoral, la mayor empresa española especializada en moda infantil. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Málaga, el ejecutivo se incorporó a Mayoral en 1997, tras iniciar su carrera profesional en compañías como Nissho Iwai Iberia.

Fernando del Monte is the export manager at Mayoral, the biggest Spanish company in children's fashion. Graduated in Economic Science, and master for the Instituto Nacional San Telmo, Del Monte joined Mayoral in 1997, after starting his professional career in companies such as Nissho Iwai Iberia and the Spanish Association of Machinery.

Sergio Ros



Sergio Ros és soci i conseller delegat de l'empresa MTNG Experience, un dels grups més grans de calçat d'Espanya i que gestiona les marques Mustang, Sixtyseven, MariaMare, Estefanía Marco, entre altres. Nascut a Elx el 1974, Sergio Ros va estudiar Ciències de la Informació (Publicitat i Relacions Públiques) al C.E.U. San Pablo de València.

Sergio Ros es socio y consejero de la empresa MTNG Experience, uno de los mayores grupos de calzado de España y que gestiona las marcas Mustang, Sixtyseven, MariaMare, Estefanía Marco, entre otras. Nacido en Elche en 1974, Sergio Ros estudió Ciencias de la información (Publicidad y RRPP) en el C.E.U. San Pablo de Valencia.

Sergio Ros is partner and adviser at MTNG Experience, that manages Mustang, Sixtyseven, MariaMare, Estefanía Marco, Cheiw and WAU brands, as well as the handbag and shoes line of Hannibal Laguna. Born in Elche in 1974, Ros studied Advertising and PR at the C.E.U. San Pablo in Valencia.

Eva Abans



Eva Abans és la socia directora de EY a Catalunya, càrrec que va assumir el març passat després de catorze anys a la firma, a la que es va incorporar el 2001 per formar part de l'equip d'assessorament de transaccions. EY és una firma global de serveis d'auditoria, fiscalitat, assessorament en operacions corporatives i consultoria.

Eva Abans es la socia directora de EY en Cataluña, cargo que asumió el pasado marzo tras catorce años en la firma, a la que se incorporó en 2001 para formar parte del equipo de asesoramiento en transacciones. EY es una firma global de servicios de auditoría, fiscalidad, asesoramiento en operaciones corporativas y consultoría.

Eva Abans is managing partner at Ernst&Young in Catalonia. She joined the company in 2001 as a member of the Transaction Advisory Services Team, and she was promoted to director of it in 2006. Ernst&Young is a global professional services organization that operates in over 150 and has 14 offices in Spain with over 2.800 employees.

Susana Ortega



Susana Ortega és directora de recursos humans de la companyia espanyola Blanco des del 2014. Llicenciada en Direcció i Administració d'Empreses per la Universitat de Granada i amb estudis a l'Institut de Empresa i a l'Aliter International Business School, Ortega compta amb més de quinze anys d'experiència en empreses com ABN AMRO, Grupo Vips o Musgo.

Susana Ortega es directora de recursos humanos de la compañía española Blanco desde 2014. Licenciada en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad de Granada y con estudios en el Instituto de Empresa y en Aliter International Business School, Ortega cuenta con más de quince años de experiencia en empresas como ABN AMRO, Grupo Vips o Musgo.

Susana Ortega is the Human Resources manager at Blanco since 2014. She graduated in Business Administration and has over fifteen years of experience in managing. Before joining Blanco, Ortega developed her career in the real state sector and companies such as ABN AMRO, Blockbuster, Grupo Vips and Musgo.

Luis Lara



Luis Lara és senior advisor a KPMG, on impulsa la divisió de moda. Luis Lara, que va iniciar la seva carrera professional a Accenture, ha estat director general de retail a Pronovias, director internacional a Inditex i ha passat per companyies com Marks&Spencer.

Luis Lara es senior advisor en KPMG, donde impulsa la división de moda. El ejecutivo cuenta con una larga trayectoria en el negocio de la moda. Luis Lara, que inició su carrera profesional en Accenture, ha sido director general de retail en Pronovias, director internacional en Inditex y ha pasado por compañías como Marks&Spencer.

Luis Lara is senior advisor at KPMG. Lara has a large experience in the fashion business. He started his career at Accenture, has been retail general manager at Pronovias and store manager at Marks and Spencer. Lara has also worked for Inditex as international manager and is managing partner at Retalent.

Giusy Bettoni



Giusy Bettoni és una de les majors expertes del món en moda sostenible. Amb experiència en companyies com DuPont, Tencel o NatureWorks, a més de l'International Institute for Cotton, Bettoni és fundadora i consellera delegada de Creativity Lifestyle and Sustainable Synergy (C.L.A.S.S.).

Giusy Bettoni es una de las mayores expertas del mundo en moda sostenible. Con experiencia en compañías como DuPont, Tencel o NatureWorks, además del International Institute for Cotton, Bettoni es fundadora y consejera delegada de Creativity Lifestyle and Sustainable Synergy (C.L.A.S.S.).

Giusy Bettoni is one of the leading experts in the world in sustainable fashion. She has worked for companies like DuPont, Tencel and Nature Works, as well as for the International Institute for Cotton. Bettoni is also the founder and chief executive officer of Creativity Lifestyle and Sustainable Synergy (C.L.A.S.S.) an international network that provides sustainable fashion and textiles solutions for designers and companies.

José Ángel Pardo



José Ángel Pardo Martínez és director general de Liwe Española, una de les més grans companyies espanyoles de moda per volum de negoci, amb una xarxa de més de 300 botigues. Format en Ciències Empresariales, l'executiu ocupa la direcció general de la companyia propietària de la cadena Inside des de febrer de 2014.

José Ángel Pardo Martínez es director general en Liwe Española, una de las mayores compañías españolas de moda por volumen de negocio, con una red de más de 300 tiendas. Formado en Ciencias Empresariales, el ejecutivo ocupa la dirección general de la compañía propietaria de la cadena Inside desde febrero de 2014.

José Ángel Pardo is the general manager in Liwe Española, one of the largest fashion companies in Spain with a network of over 300 stores. He studied Business Administration and is in charge of Liwe, the parent company of Inside, since 2014, after working for the purchasing and marketing departments.

Antonio Ibáñez



Antonio Ibáñez és soci de Daemon Quest by Deloitte des de 2013. Té un alt grau d'especialització en l'àmbit del màrketig estratègic i aspectes comercials. Combina experiència prèvia en altres firmes de serveis professionals, com McKinsey&Company, i ha estat responsable d'operacions a Procter&Gamble.

Antonio Ibáñez es socio de Daemon Quest by Deloitte desde 2013. Posee un alto grado de especialización en el ámbito de márketing estratégico y aspectos comerciales. Combina experiencia previa en otras firmas de servicios profesionales, como McKinsey&Company, y ha sido responsable de operaciones en Procter&Gamble.

Antonio Ibáñez is partner at Daemon Quest by Deloitte since 2013. The executive has worked for other professional services companies such as McKinsey&Company and has worked as operations manager at Procter&Gamble. He graduated in engineering at the University of Zaragoza and has an Advanced Management Program from IESE Business School.

Agustín Solari



Agustí Solari és Llicenciat en Economia per la Universitat de Xile i MBA per The Wharton School. Agustí Solari té una llarga trajectòria en el negoci de la moda a l'Amèrica Llatina. Després de passar per companyies com Saks Fifth Avenue, de 2007 a 2013 va ser conseller delegat del grup de distribució Falabella. Actualment, Solari és conseller delegat i soci del grup Limonada Retail Group.

Agustín Solari Licenciado en Economía por la Universidad de Chile y MBA por The Wharton School, Agustín Solari tiene una larga trayectoria en el negocio de la moda en Latinoamérica. Tras pasar por compañías como Saks Fifth Avenue, de 2007 a 2013 fue consejero delegado del grupo de distribución Falabella. Actualmente, Solari es consejero delegado y socio del grupo Limonada Retail Group.

Agustín Solari graduated in Economics at the University of Chile and MBA from The Wharton School. He has a large experience in the fashion business in Latin America. After working for companies like Saks Fifth Avenue, Solari was the chief executive officer of Falabella, one of the largest retailers in the region. Since last year, the executive is in charge of Limonada Retail Group, with over sixty stores in Chile.

Javier Vello



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

Javier Vello es socio de la firma de servicios profesionales PwC. Responsable del área de retail y consumo en España, Vello tiene una amplia experiencia en el sector de la moda nacional e internacional a través de proyectos de estrategia, expansión o eficiencia operativa en empresas como Grupo Cortefiel, Desigual, Camper o Blanco.

Susana Ortega is the Human Resources manager at Blanco since 2014. She graduated in Business Administration and has over fifteen years of experience in managing. Before joining Blanco, Ortega developed her career in the real state sector and companies such as ABN AMRO, Blockbuster, Grupo Vips and Musgo.

24/25 February '16
igualada (barcelona)

The European knitwear Fair

BEST SOLUTIONS
IN TEXTILE

BSTIM

MANUFACTURING
F A I R

Register
now!

WWW.BSTIM.EU

BSTIM és la fira de producció tèxtil en proximitat d'Europa, on les marques i distribuïdors troben els seus "partners" d'aprovisionament pròxim de peça acabada.

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

I com a novetat, vine a descobrir Fresh & Fashion, el nou sistema de subministrament que ofereix peces acabades al punt de venda en 21 dies.

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

La misión de BSTIM 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.

Y como novedad, ven a descubrir Fresh & Fashion, el nuevo sistema de suministro que ofrece prendas acabadas al punto de venta en 21 días.

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.

As a novelty, come and discover Fresh & Fashion, the new system of supplying which offers ready made knitwear pieces at the sales point in 21 days.



080 Barcelona Fashion Ideas Contest

Lloc / Lugar / Place: Saló dels Cònsols de la Casa Llotja de Mar

05/02/2016 - 10h

Compromesa amb el disseny emergent i l'emprenedoria, el 080 Barcelona Fashion presenta el 080 Barcelona Fashion Ideas Contest, una iniciativa per impulsar nous negocis i marques de moda, sorgida en col·laboració amb la xarxa d'inversors Seed & Click.

El 080 Barcelona Fashion Ideas Contest està dirigit a emprenedors que encara no han llançant la seva idea de negoci ja que l'objectiu del concurs és potenciar les iniciatives emprenedores en el sector de la moda.

Les idees de negoci participants treballen en les següents àrees: Aplicació mòbil, internet, producte, marca, màrqueting, gestió d'esdeveniments, serveis, distribució, impacte social i inclusió social, publicitat, disseny, tecnologia, Big Data, wearables, teixits intel·ligents aplicats a la indústria de la moda, xarxes socials, consultoria i producció.

Les tres idees que han aconseguit recaptar el major import en la campanya de crowdfunding han passat a ser valorades pel jurat d'experts segons criteris de viabilitat de la idea, rapidesa en aconseguir finançament i estratègia de comunicació on-line. El guanyador presentarà la seva idea en aquesta edició del 080 Barcelona Fashion i serà preseleccionat per optar a participar al 080 Investor Day de l'estiu de 2016, on podrà exposar el seu projecte a fi de recaptar més finançament pel seu desenvolupament empresarial.

Oscar Vega, CEO de Made in Me, la startup que permet dissenyar sabates femenines online, explicarà la seva experiència com a emprenedor i què li va aportar ser el guanyador de la Primera edició del 080 Investor Day 2015.

◆ ◆ ◆

Comprometido con el diseño emergente y la emprendedoría, el 080 Barcelona Fashion presenta el 080 Barcelona Fashion Ideas Contest, una iniciativa para impulsar nuevos negocios y marcas de moda, surgida en colaboración con la red de inversores Seed & Click.

El 080 Barcelona Fashion Ideas Contest está dirigido a emprendedores que aun no han lanzado su idea de negocio ya que el objetivo del concurso es potenciar las iniciativas emprendedoras en el sector de la moda.

Las ideas de negocio participantes trabajan en las siguientes áreas: Aplicación móvil, internet, producto, marca, márketing, gestión de eventos, servicios, distribución, impacto social y inclusión social, publicidad, diseño, tecnología, Big Data, wearables, tejidos inteligentes aplicados a la industria de la moda, redes sociales, consultoría y producción.

Las tres ideas que han conseguido recaudar el mayor importe en la campaña de crowdfunding han pasado a ser valoradas por el jurado de expertos según criterios de viabilidad de la idea, rapidez en conseguir financiamiento y estrategia de comunicación on-line. El ganador presentará su idea en esta edición del 080 Barcelona Fashion y será preseleccionado para optar a participar al 080 Investor Day de verano de 2016, donde podrá exponer su proyecto a fin de recaudar más financiamiento para su desarrollo empresarial.

Oscar Vega, CEO de Made in Me, la startup que permite diseñar zapatos femeninos online, explicará su experiencia como emprenedor y qué le aportó ser el ganador de la Primera edición del 080 Investor Day 2015

◆ ◆ ◆

As part of its commitment to emerging design and entrepreneurship, 080 Barcelona presents the 080 Barcelona Fashion Ideas Contest, an initiative that aims to create new businesses and fashion brands, and that has come out of our collaboration with Seed &Click's investors network.

The 080 Barcelona Fashion Ideas Contest is aimed at entrepreneurs that haven't yet launched their business project. The contest's objective is to boost business projects in the fashion ambit.

The projects that can be presented should belong to one of the following categories: mobile phone applications, internet, product, marketing, event management, services, distribution, social impact, social inclusion, publicity, design, technology, big data, wearables, smart fabrics applied to the fashion industry, social networks, consultancy and production.

Those three proposals that managed to obtain the highest amount of funding through the crowdfunding campaign have been rated by an expert jury according to criteria that take into account feasibility, speed, their ability to obtain funding and their online communication strategy. The winning team will present their idea at the upcoming edition of 080 Barcelona Fashion and will be preselected for the 080 Investor Day that will be held during 080 Barcelona Fashion's summer 2016 edition and where they will be able to present their project in order to get more funding for the development of the proposed business idea.

Oscar Vega, CEO of Made in Me, the startup that allows clients to design women's shoes online, will talk about his own experience at the head of the company and what being the winner of the first Investor's Day (2015 edition) meant to his business

◆ ◆ ◆

Accreditacions / Acreditaciones / Accreditations:
<https://080ideascontest16.eventbrite.es>

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.



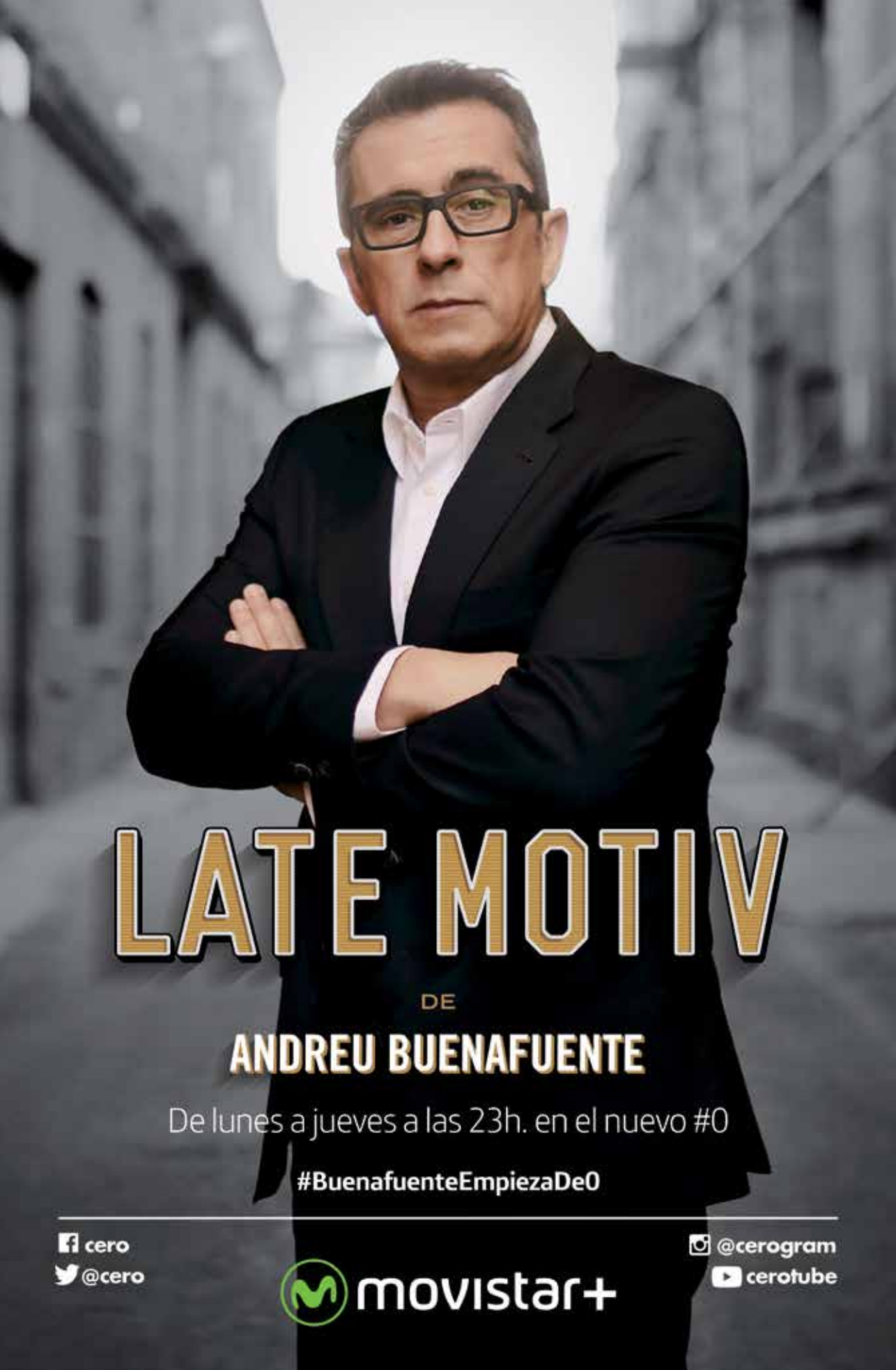
The Textile Industry Confederation – Texfor is the business organization that represents and promotes the services and products of the most dynamic Catalan and Spanish textile companies as yarns, fabrics, accessories and textile finishing for ready made garments, home textiles and industrial uses.

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

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

A portrait of Andreu Buenafuente, a man with glasses, wearing a dark suit over a light-colored shirt, with his arms crossed. He is standing in front of a blurred background of a city street with buildings.

LATE MOTIV

DE

ANDREU BUENAFUENTE

De lunes a jueves a las 23h. en el nuevo #0

#BuenafuenteEmpiezaDe0

f **cero**
t **@cero**

 **movistar+**

ig **@cerogram**
yt **cerotube**



ESCOLA SUPERIOR
DE DISSENY

CENTRE ADSCRIT A LA
UNIVERSITAT DE VIC

T. +34 934 153 474

www.bau.cat

Pujades 118
08005 Barcelona



Bau, Centre Universitari de Disseny de Barcelona fundada l'any 1989, és un centre que imparteix estudis oficials de Grau en disseny. Adscrit a la Universitat de Vic - Universitat Central de Catalunya i situat en el 22@ de Barcelona, Bau és un centre pioner a impartir estudis universitaris de Grau en Disseny dins del marc de l'Espai Europeu d'Educació Superior. Bau també ofereix Masters, Postgraus i Cursos d'Especialització en diferents àmbits del disseny: gràfic, audiovisual, interiorisme, i moda; el Diploma en Disseny Gràfic Bau Nit, a més de la Universitat d'Estiu i altres cursos monogràfics.

Bau compta amb un ampli equip docent format per doctors, llicenciats i professionals especialitzats, provinents de diferents àmbits lligats a la cultura, l'art i el disseny.

Bau té un emplaçament dins d'un recinte industrial de 8000m², rehabilitat i adaptat amb la voluntat de generar un espai dinàmic i funcional que fomenta la creació i l'experimentació. Paral·lelament, Bau compta amb un grup de R+D compost per 5 línies de recerca centrades en el Disseny i la Transformació Social (GREDITS).

Bau, Centro Universitario de Diseño de Barcelona, fundada en el año 1989, es un centro que imparte los estudios oficiales de Grado en Diseño. Adscrito a la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña y situado en Barcelona, Bau es un centro pionero en impartir estudios universitarios de Grado en Diseño dentro del Espacio Europeo de Educación Superior. Bau también ofrece Masters y Posgrados profesionalizadores en diferentes ámbitos específicos del diseño: gráfico, audiovisual, interiorismo, y moda; el Diploma en Diseño Gráfico Bau Noche, además de la Universidad de Verano y otros cursos monográficos.

Bau cuenta con un amplio equipo docente formado por doctores, licenciados y profesionales especializados, provenientes de diferentes ámbitos de la cultura, el arte y el diseño.

Bau tiene un emplazamiento dentro de un recinto industrial de 8000m², rehabilitado y adaptado con la voluntad de generar un espacio dinámico y funcional que fomenta la creación y la experimentación. Paralelamente, Bau cuenta con un grupo de i+D con 5 líneas de investigación centradas en el Diseño y la Transformación Social (GREDITS).

Bau Design College of Barcelona, founded in 1989, is a university college that offers Bachelor Degrees in Design. Adscribed to the University of Vic - Central University of Catalonia and located in 22 @ Barcelona, Bau is a pioneer in providing Bachelor Degree in Design in the European Area of Higher Education. Bau also offers Masters, Postgraduate and Specialization Courses in different fields of design: graphic, audiovisual, interior and fashion, and the Diploma in Graphic Design Bau night as well as summer courses and other workshops and seminars.

Bau has a large teaching team made by doctors, graduates and professionals from different areas related to culture, art and design. Bau has a location within an industrial area of 8000m², rehabilitated and adapted with the aim of generating a dynamic and functional space that encourages creativity and experimentation.

Moreover, Bau has a R+D group with 5 lines of research based on Design and Social Transformation (GREDITS).



Els ensenyaments de Moda de l'Escola de la Dona ofereixen un compendi dels coneixements pràctics i teòrics necessaris per accedir al món professional de la moda.

L'alumnat accedeix a una formació integral que li proporcionarà el domini dels processos tècnics, el desenvolupament les capacitats creatives i les reflexions necessàries per moure's en un sector on els referents socioestètics són cada vegada més canviants.

Els ensenyaments de Moda s'organitzen en sis especialitats professionals:

- Especialitat professional de moda
- Especialitat professional de disseny de moda
- Especialitat professional de patronatge
- Especialitat professional de tall i costura
- Especialitat professional de tractament, conservació i planxa de teixits
- Especialitat professional de complements i tècniques de moda

Las enseñanzas de moda de la Escuela de la Dona ofrecen un compendio de los conocimientos prácticos y teóricos necesarios para acceder al mundo profesional de la moda.

El alumnado accede a una formación integral que le proporcionará el dominio de los procesos técnicos, el desarrollo de las capacidades creativas y las reflexiones necesarias para moverse en un sector en el que los referentes socioestéticos son cada vez más cambiantes.

Las enseñanzas de moda se organizan en seis especialidades profesionales:

- Especialidad profesional de moda
- Especialidad profesional de diseño de moda
- Especialidad profesional de patronaje
- Especialidad profesional de cortes y costura
- Especialidad profesional de tratamiento, conservación y planchado de tejidos
- Especialidad profesional de complementos y técnicas de moda

The Instruction in Fashion at The School of Women offers a compendium of the practical and theoretical knowledge necessary to enter into the professional world of fashion.

The alumni undergo integral training providing them with mastery of the technical processes, the development of creative faculties and the knowhow required to move comfortably in a sector in which the socio-esthetic references are undergoing ever quicker changes.

Fashion Instruction is organized into six specializations:

- *Fashion professional*
- *Fashion design professional*
- *Patternmaking Professional*
- *Cutting and sewing professional*
- *Fabric treatment conservation and Ironing professional*
- *Accessory and fashion techniques professional*



L'Escola Superior de Disseny ESDi, centre adscrit a la Universitat Ramon Llull, genera, divulga, investiga i forma en disseny des de l'any 1989. És el primer centre a impartir estudis universitaris de disseny a l'Estat espanyol en 6 itineraris curriculars: Moda, Audiovisuals, Gràfic, Producte, Interiors i Gestió del Disseny (Integració Multidisciplinària).

Els estudis es desenvolupen en contacte amb el món empresarial, amb un enfocament pluridisciplinari i fomentant la creativitat de l'alumnat. Amb la voluntat de donar resposta a les demandes actuals, l'ESDi fa una aposta contínua per a la creació de nous estudis. Un clar exemple d'això és l'impuls que aquest curs s'ha donat al Màster en UI/UX Design, una de les professions amb més demanda en el mercat nacional i internacional. L'ESDi, com a centre universitari, dóna la oportunitat als seus estudiants d'incorporar-se en equips de recerca i transferència de coneixement en les diferents unitats acadèmiques.

El centre compta, a més, amb unes aules d'extensió a Barcelona, on s'imparteixen estudis de grau i màsters en el camp de l'art, de la comunicació i de la moda.

La Escuela Superior de Diseño ESDi, centro adscrito a la Universidad Ramon Llull, genera, divulga, investiga y forma en diseño desde el año 1989. Es el primer centro en impartir estudios universitarios de diseño en el Estado español en seis itinerarios curriculares: Moda, Audiovisuales, Gráfica, Producto, Interiores y Gestión del diseño (Integración Multidisciplinar).

Los estudios se desarrollan en contacto con el mundo empresarial, con un enfoque pluridisciplinar y fomentando la creatividad del alumnado. Con la voluntad de dar respuesta a las demandas actuales, ESDi hace una apuesta continua para la creación de nuevos estudios. Un claro ejemplo de esto, es el impulso que este curso se ha dado al Máster en UI/UX Design, una de las profesiones con más demanda en el mercado nacional e internacional.

ESDi, como centro universitario, da la oportunidad a sus estudiantes de incorporarse en equipos de investigación y transferencia de conocimiento en las diferentes unidades académicas.

El centro cuenta, además, con unas aulas de extensión en Barcelona, en las que se imparten estudios de grado y masters en el campo del arte, de la comunicación y de la moda.

The ESDi School of Design, associated to the Ramon Llull University, generates, disseminates, researches and instructs in design since 1989. It is the first center to impart university level design studies through six curricular routes: Fashion, Audiovisual, Graphic, Product, Interiors and Design Management (Multidisciplinary integration).

The courses are carried out in direct contact with the business world with a multidisciplinary approach and an emphasis on fostering the creativity of the alumni. In order to meet current demands, ESDi creates new courses on an ongoing basis. A clear example of this is the support given this year to the Masters in UI/UX Design, one of the professions in high demand in the national and international markets.

ESDi, as a university center, gives its students the opportunity to join research and knowledge transfer teams in its different academic units. In addition the center has complementary classrooms in Barcelona where higher education courses and masters in the fields of art, communication and fashion are imparted.



LCI Barcelona, Escola Superior de Disseny, és el campus de la xarxa LCI Education a Barcelona. La seu central de la xarxa, amb 22 campus a 5 continents, és al Canadà. El nostre campus està dissenyat per comptar amb nombrosos estudiants internacionals i per a la incorporació de talent de professionals de tot el món amb experiència local i global.

L'oferta formativa abasta des de títols superiors oficials en Disseny i Moda, de la mà de Felicidad Duce, Disseny de Producte, d'Interiors i Gràfic, màsters/postgraus, cursos d'especialització i formació contínua en les mateixes disciplines. En moda, Felicidad Duce ofereix programes cotitulats amb la Universitat de Barcelona: el Màster en Gestió i Direcció d'Empreses de Moda (cotitulat amb la Facultat d'Economia i Empresa i la participació del Clúster Tèxtil-Moda de Catalunya); i el Postgrau d'Il·lustració Creativa en Moda (cotitulat amb la Facultat de Belles Arts). En moda, també disposa de màsters propis en Màrqueting, Estilisme, Complementos i Disseny de Moda; i el Postgrau en Màrqueting & Product Management de Col·leccions Esportives & Sportswear (amb la participació d'INDESCAT) i un de Coolhunting.

LCI Barcelona, Escuela Superior de Diseño, es el campus de la red LCI Education en Barcelona. La sede central de la red, con 22 campus en 5 continentes, está en Canadá. Nuestro campus está diseñado para contar con numerosos estudiantes internacionales y para la incorporación de talento de profesionales de todo el mundo con experiencia local y global.

La oferta formativa abarca desde títulos superiores oficiales en Diseño de Moda, de la mano de Felicidad Duce, Diseño de Producto, de Interiores y Gráfico, másters/postgrados, hasta cursos de especialización y formación continua en las mismas disciplinas. En moda, Felicidad Duce ofrece programas cotitulados con la Universidad de Barcelona: el Máster en Gestión y Dirección de Empresas de Moda (cotitulado con la Facultad de Economía y empresa y la participación del Clúster Textil-Moda de Catalunya); y el Postgrado de Ilustración Creativa en Moda (cotitulado con la facultad de Bellas Artes). En moda, también dispone de másters propios en Márqueting, Estilismo, Complementos y Diseño de Moda; y el Postgrado en Márqueting & Product Management de Colecciones Deportivas & Sportswear (con la participación del INDESCAT) y uno de Coolhunting.

LCI Barcelona, School of Higher Education in Design, is the campus of the LCI Education network in Barcelona. The network, which consists of 22 campuses on 5 continents, has its headquarters in Canada. Our campus is designed to cater for a high number of international students and to incorporate professional talent with both local and global experience from around the world.

Studies offered range from Bachelors' degrees in Fashion design, through Felicidad Duce, Product Design, Interior and Graphic design, Masters/Postgraduate courses, specialized courses and continuing education in the aforementioned disciplines. In Fashion, Felicidad Duce offers double degree programs with the University of Barcelona: The Masters in Fashion Business Management and Administration (Double degree); and the postgraduate course in Creative Fashion illustration (Joint qualification with the Fine Arts Faculty). In Fashion, they also have their own masters programs in Marketing, Styling, Fashion Accessories and Fashion Design as well as postgraduate courses in Marketing & Product Management in Sport and Sportswear collections (with the participation of INDESCAT) and one in Coolhunting.



Institut Català de la Moda
www.incatmoda.com

T. +34 932 651 115

www.incatmoda.com

Gran Via de les Corts Catalanes 696
08010 Barcelona



ICM, Institut Català de la Moda, forma estudiants de moda, des de fa més de 35 anys, tant de les especialitats de Disseny, de Patronatge o d'altres disciplines com Estilisme.

Situat al centre de Barcelona, la nostra formació és impartida només per professionals en actiu, i es combina la tradició artesanal amb les noves tecnologies, amb l'objectiu d'aportar al mercat laboral els millors candidats, amb capacitat i aptituds per treballar a qualsevol empresa, o ser emprenedors i treballar de manera independent.

ICM, Institut Català de la Moda, forma estudiantes de moda desde hace más de 35 años, tanto de las especialidades de Diseño, de Patronaje o de otras disciplinas como Estilismo.

Situado en el centro de Barcelona, nuestra formación está impartida por profesionales en activo, combinando la tradición artesanal con las nuevas tecnologías, con el objetivo de aportar al mercado laboral los mejores candidatos, con capacidad y aptitudes para trabajar en cualquier empresa, o bien ser emprendedores y trabajar de manera independiente.

ICM, the Catalan Institute of Fashion, has trained Fashion students for more than 35 years in the specialties of Design, Patternmaking or other disciplines like styling.

Located in the center of Barcelona, our training is imparted exclusively by professionals who are active in the sector, combining traditional artisanship with new technologies with the aim of providing the job market the best candidates, with the capacity and aptitudes needed to work in any company or to be entrepreneurs and work independently.



Formem professionals contemporanis, crítics i oberts, que estiguin preparats per adaptar-se als canvis de la societat.

Ofereim una formació especialitzada per als estudiants que es vulguin convertir en grans professionals de la moda.

El dissenyador i expert en imatge de moda és el professional que aconsegueix aportar solucions innovadores, treballant en equip amb patronistes, publicistes, productors de teixits, directors de màrqueting i de comunicació. Avui en dia, un dissenyador ha de ser un generador de tendència, i per això veiem les aules com a laboratoris d'idees que generen projectes creatius i reals.

Apostem per una formació molt pràctica, basada en el projecte com a eix docent, perquè els alumnes s'enfrontin a la realitat de la professió. Tot això complementat amb matèries d'humanitats, comunicació i tecnologies. L'equip de docents de l'IDEP Barcelona està format per professionals en actiu que estimen la moda. Una altre dels grans valors de l'escola és la relació professional de les tres àrees que la integren: moda, fotografia i gràfic.

Formamos profesionales contemporáneos, críticos y abiertos, que estén preparados para adaptarse a los cambios de la sociedad.

Ofrecemos una formación especializada para los estudiantes que se quieran convertir en grandes profesionales de la moda.

El diseñador y experto en imagen de moda es el profesional que consigue aportar soluciones innovadoras trabajando en equipo con patronistas, publicistas, productores de tejidos, directores de marketing y de comunicación. Un diseñador hoy en día tiene que ser un generador de tendencia, por eso vemos las aulas como laboratorios de ideas que generan proyectos creativos y reales.

Apostamos por una formación muy práctica basada en el proyecto como eje docente, para que los alumnos se enfrenten a la realidad de la profesión. Todo ello complementado con materias de humanidades, comunicación y tecnologías. El equipo de docentes de IDEP Barcelona está formado por profesionales en activo que aman la moda. Otro de los grandes valores de la escuela, es la relación profesional de las tres áreas que la integran: moda, fotografía y gráfico.

We train contemporary professionals to be critical and open and to be prepared to adapt to the changes in society.

We offer specialized training to students who want to become great professionals in the world of fashion.

The designer and expert in fashion image is the professional who manages to contribute innovative solutions by working side by side with patternmakers, advertising agents, fabric makers and marketing and communications managers. Nowadays a designer needs to generate trends and that is why we see our classrooms as idea laboratories that generate creative and real projects.

Our training is very practical and based on the project as teaching tool, so that students face the realities of the profession. All of this complemented by subjects in the humanities, communication and technologies. The teaching team at IDEP Barcelona is made up of professionals who love fashion. Another of the important values of the school is the professional relationship between the three areas that make it up: fashion, photography and graphic design.



Des de 1966 l'Istituto Europeo di Design opera en la formació de les disciplines del Disseny, la Moda, les Arts Visuals i el Management a les seves 11 seus de Milà, Roma, Florència, Torí, Venècia, Cagliari, Como, Madrid, Barcelona, São Paulo i Rio de Janeiro.

La seu de l'IED Barcelona, situada al barri de Gràcia, s'ha consolidat des de 2002 com un dels centres de formació de referència en disseny i compta amb el reconeixement de la Generalitat de Catalunya com a Escola Superior de Disseny. La seva oferta formativa està composta pels Títols Superiors en Disseny de Producte, Interiors, Moda i Gràfic, a més dels Bachelors of Arts (Honours) atorgats per la Universitat de Westminster, els Diplomes IED, els màsters, els postgraus i els cursos de formació contínua i d'estiu.

L'escola de Barcelona es diferencia pel seu caràcter multicultural i interdisciplinari i atrau cada any 1.000 alumnes de més de 100 nacionalitats diferents.

Desde 1966 el Istituto Europeo di Design opera en la formación de las disciplinas de Diseño, Moda, Artes Visuales, Comunicación y Management en sus 11 sedes de Milán, Roma, Florencia, Turín, Venecia, Cagliari, Como, Madrid, Barcelona, São Paulo y Rio de Janeiro.

La sede del IED Barcelona, ubicada en el barrio de Gràcia, se ha consolidado desde 2002 como uno de los centros de formación de referencia en diseño y cuenta con el reconocimiento de la Generalitat de Catalunya como Escuela Superior de Diseño. Su oferta formativa está compuesta por los Títulos Superiores en Diseño de Producto, Interiores, Moda y Gráfico, además de los Bachelors of Arts (Honours) otorgados por la Universidad de Westminster, los Diplomas IED, los másteres, los postgrados y los cursos de formación continua y de verano.

La escuela de Barcelona se diferencia por su carácter multicultural e interdisciplinar y atrae cada año 1.000 alumnos de más de 100 nacionalidades diferentes.

Since 1966, Istituto Europeo di Design has been providing academic training in the disciplines of Design, Fashion, Visual Arts, Communication and Management at its centres in Milan, Rome, Florence, Turin, Venice, Cagliari, Como, Madrid, Barcelona, São Paulo and Rio de Janeiro.

The IED Barcelona campus is in the district of Gràcia. Since 2002 it became consolidated as one of the most important schools in design training and was recognised as a School of Higher Studies in Design by the regional government of Catalonia (Generalitat de Catalunya), offering Undergraduate Degrees in Product Design, Interior Design, Fashion Design and Graphic Design, in addition to university diplomas (IED Diplomas) in Management for Creative Industries, Bachelors of Arts (Honours) validated by the University of Westminster, masters and postgraduates courses, continuing study programs and summer courses, that every year draw in nearly 1,000 students from more than 100 different countries, thanks to the school's multicultural and interdisciplinary environment.



Escola d'Art i Disseny

T. + 34 937 114 805
+ 34 937 114 059

<http://ca.sabadell.cat/escolailla/>

Carretera de Barcelona, 208 bis
08205 Sabadell



L'Escola Illa és un centre municipal d'ensenyaments d'art i disseny, de reconegut prestigi en l'àmbit de l'ensenyament públic de les arts i el disseny, que disposa d'una variada oferta educativa relacionada amb el món de les arts visuals, el disseny gràfic, el disseny de moda i la il·lustració, i adreçada a tota mena de públic: Cicles Formatius de Grau Superior d'Arts Plàstiques i Disseny en Gràfica Publicitària, en Il·lustració i en Estilisme d'Indumentària.

Els objectius de l'escola han estat i són proporcionar un bon nivell de formació als nostres estudiants, assolir un bon arrelament a l'entorn empresarial, econòmic, social i cultural, i contribuir a reforçar l'ensenyament de grau superior en l'àmbit del disseny.

El CFGS d'Arts Plàstiques i Disseny en Estilisme d'Indumentària està orientat a formar professionals amb capacitat per desenvolupar la seva activitat en l'àmbit del vestir. El cicle prepara els estudiants per dissenyar i realitzar col·leccions de moda i coordinar-ne tot el procés d'execució.

L'horari del cicle és de dilluns a divendres, al matí.

Escola Illa es un centro municipal de enseñanza de arte y diseño, de reconocido prestigio en el ámbito de la enseñanza pública de las artes y el diseño, que dispone de una variada oferta educativa relacionada con el mundo de las artes visuales, el diseño gráfico, el diseño de moda y la ilustración, y dirigida a todo tipo de público: Ciclos formativos de Grado Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, en Ilustración y en Estilismo de Indumentaria.

Los objetivos de la escuela han sido y son proporcionar un buen nivel de formación a nuestros estudiantes, conseguir un buen enraizamiento en el entorno empresarial, económico, social y cultural y contribuir a reforzar la enseñanza de grado superior en el ámbito del diseño.

El CFGS de Artes Plásticas y Diseño en Estilismo de Indumentaria está orientado a formar profesionales con capacidad para desarrollar su actividad en el ámbito del vestir. El ciclo prepara a los estudiantes para diseñar y realizar colecciones de moda y coordinar todo su proceso de ejecución.

El horario del ciclo es de lunes a viernes por las mañanas.

The Illa School is a municipal center for the teaching of art and design with recognized prestige in the field of public education in the arts and design which has a wide range of courses on offer in the field of the visual arts, graphic design, fashion design, and illustration and is aimed at a broad spectrum of the public: Associate degrees in Fine Arts and Design, Graphic Advertising, Illustration and Clothing Styling.

The objectives of the school are and always have been to train our students to a high level, to strive for deep cooperation with the business, economic, social and cultural sectors and to contribute to reinforcing associate degree training in the area of design.

The associate degree program in Fine Arts and Design in Clothing Styling is aimed at training students to become professionals who have the ability to carry out their activities in the apparel field. The course prepares the students to design and produce fashion collections and to oversee the whole process.

The course timetable is from Monday morning to Friday morning.



Dins de la societat del coneixement i de la informació, pensem el disseny de la indumentària molt més enllà de les aparences i del seu contingut de signes, el pensem com a habitacle que cobreix i ens protegeix, com allò que fa que l'ésser humà senti i s'emocioni, que faciliti un diàleg amb ell mateix i amb els altres, construint així noves identitats. Dissenyar peces de moda que puguin funcionar com a segona pell, que ens facin transparents o que ens determinin, si així ho volem.

Als Estudis Superiors de Moda d'ESDAP Llotja, d'oferta pública, dins del marc on s'imparteix el títol superior verificat per l'Agència de Qualitat Universitària, es treballa en competències i per estimular de manera continuada la creativitat i la innovació.

El Cicle Formatiu de Grau Superior d'Estilisme d'Indumentària forma professionals creatius, capaços de transmetre un estil, un concepte o un missatge a través del vestuari en qualsevol àmbit: fotografia, desfilades, televisió, publicitat, arts escèniques; assessorar sobre la seva imatge un client concret o crear una marca pròpia.

En la sociedad del diseño y de la información pensamos el diseño de la indumentaria mucho más allá de las apariencias y de su contenido de signos. Lo pensamos como un habitáculo, que cubre y nos protege, como aquello que hace que el ser humano sienta y se emocione, que facilite un diálogo consigo mismo y con los otros, construyendo así nuevas identidades. Diseñar prendas de moda que puedan funcionar como una segunda piel, que nos hagan transparentes o que nos determinen, si así lo queremos.

En los Estudios Superiores de Moda, de la ESDAP Llotja, de oferta pública, dentro del marco en el que se imparte el título superior verificado por la Agencia de Qualitat Universitària, se trabaja en competencias y para estimular de manera continuada la creatividad y la innovación.

El Ciclo Formativo de Grado Superior de Estilismo de Indumentaria forma profesionales creativos, capaces de transmitir un estilo, un concepto o un mensaje a través del vestuario en cualquier ámbito: fotografía, desfiles, televisión, publicidad, artes escénicas; asesorar sobre la imagen a un cliente concreto o crear una marca propia.

From within the knowledge and information society, our thinking about clothing design goes far beyond appearances and its signage content. We think of it as a living space, a shelter, which covers and protects us, as something that makes a human feel and moves him, something that facilitates a dialogue with himself and others, thereby building new identities. Designing fashion items that could function like a second skin, that make us transparent or determine us if that's what we want.

ES DAP Llotja's Higher Fashion studies, open to the public, within the framework of which a course resulting in a qualification similar to university degree-verified by the Agency of University Quality is imparted. Different areas of competence are focused on and special emphasis is given to creativity and innovation.

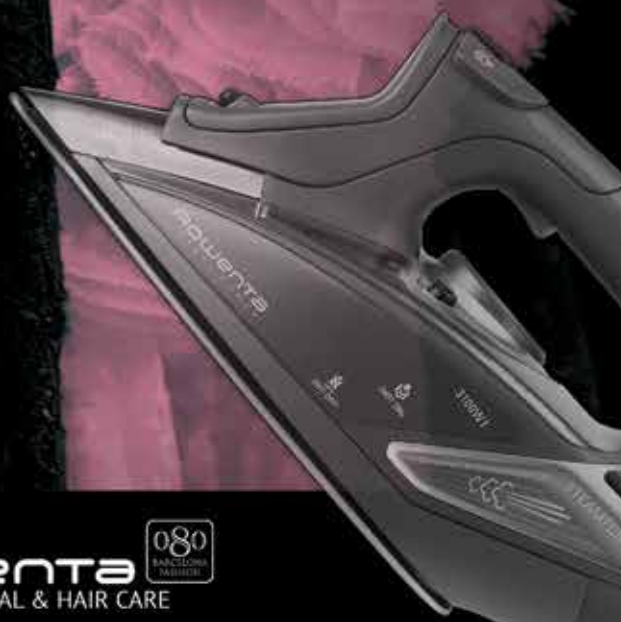
ROCK YOUR STYLE

DEL 1 AL 5
DE FEBRERO

080

BARCELONA
FASHION
FW 2016/17

#MY LOOK
Rowenta



Rowenta



PLANCHADO OFICIAL & HAIR CARE



WHERE STYLE REIGNS

Discover more than 130 luxury boutiques with savings of up to 60%*
including Hugo Boss, Michael Kors, Moncler and many more.

LUXURY AWAITS

LA ROCA  VILLAGE
#LAROCVILLAGE



Casa Llotja de Mar

La Casa Llotja de Mar és un dels edificis més emblemàtics de Barcelona i ha estat sempre vaixell insígnia d'una societat civil dinàmica i compromesa amb el progrés econòmic i social del país.

Durant l'època medieval i moderna, la Llotja va ser la seu del Consolat de Mar. En la segona meitat del segle XVIII i primera del XIX va albergar la Reial Junta Particular de Comerç de Barcelona, i des del 1886 acull la Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona. Al llarg de més de sis segles, l'establiment ha estat testimoni privilegiat del desenvolupament del comerç, l'art i l'arquitectura catalanes.

La Llotja està constituïda per un conjunt d'edificis sobreposats; al nucli gòtic del XIV, format pels actuals salons de Contractacions i de Cònsols, se li va afegir al segle XV la nau col·lateral, on hi ha el Saló Daurat. Al segle XVI es van fer noves ampliacions i, finalment, a les acaballes del XVIII es va construir l'embolcall neoclàssic que avui podem contemplar.

En els seus orígens, a finals del segle XIV, la Llotja era la màxima manifestació de la puixança de l'estament mercantil barceloní. Aquest col·lectiu emprenedor va poder disposar d'un espai on desenvolupar la seva activitat, i l'edifici va esdevenir el símbol del seu poder i solidesa. Posteriorment, l'evolució política, social i econòmica del país ha tingut el seu reflex en l'edifici, que ha viscut tant períodes d'esplendor com de decadència. En els darrers anys del segle passat, les pedres del Saló de Contractacions estaven cobertes per una densa capa de sutge i el pati dels Tarongers era utilitzat com a aparcament, però entre 1997 i 2002, la Llotja va ser sotmesa a una rehabilitació integral i avui torna a suscitar admiració.

Miquel Valls i Maseda

President de la Cambra Oficial de Comerç,
Indústria, Serveis i Navegació de Barcelona



Casa Llotja de Mar

La Casa Llotja de Mar es uno de los edificios más emblemáticos de Barcelona y ha sido siempre buque insignia de una sociedad civil dinámica y comprometida con el progreso económico y social del país.

Durante la época medieval y moderna, la Llotja fue la sede del Consulado de Mar. En la segunda mitad del siglo XVIII y primera del XIX albergó la Real Junta Particular de Comercio de Barcelona, y desde el 1886 acoge la Cámara de Comercio de Barcelona. A lo largo de más de seis siglos, el establecimiento ha sido testigo privilegiado del desarrollo del comercio, el arte y la arquitectura catalanas.

La Llotja está constituida por un conjunto de edificios superpuestos; el núcleo gótico del XIV, formado por los actuales salones de Contrataciones y Cónsules, se le añadió en el siglo XV la nave colateral, donde está el Salón Dorado. En el siglo XVI se hicieron nuevas ampliaciones y, finalmente, a finales del XVIII se construyó el envoltorio neoclásico que hoy podemos contemplar.

En sus orígenes, a finales del siglo XIV, la Llotja era la máxima manifestación de la pujanza del estamento mercantil barcelonés. Este colectivo emprendedor pudo disponer de un espacio donde desarrollar su actividad, y el edificio se convirtió en el símbolo de su poder y solidez. Posteriormente, la evolución política, social y económica del país ha tenido su reflejo en el edificio, que ha vivido tanto periodos de esplendor como de decadencia. En los últimos años del siglo pasado, las piedras del Salón de Contrataciones estaban cubiertas por una densa capa de hollín y el patio de los Naranjos era utilizado como aparcamiento, pero entre 1997 y 2002, la Llotja fue sometida a una rehabilitación integral y hoy vuelve a suscitar admiración.

Miquel Valls i Maseda

President de la Cambra Oficial de Comerç,
Indústria, Serveis i Navegació de Barcelona



Casa Llotja de Mar

Casa Llotja de Mar is one of Barcelona's most distinctive buildings, and has always been the flagship of a dynamic civil society, committed to the economic and social progress of the country.

During the mediaeval and modern period, the Llotja was home to the Consulate of the Sea. In the second half of the 18th and the first of the 19th century, it housed the Royal Barcelona Trade Board, and from 1886 was the site of the Official Chamber of Commerce, Industry and Shipping of Barcelona. Over the course of more than six centuries this establishment has been a privileged witness to the development of Catalan trade, art and architecture.

The Llotja is made up of a number of superimposed buildings: the Gothic core from the 14th century, comprising the current Contracts and Consuls Halls, followed by the addition in the 15th century of the gallery alongside, containing the Golden Hall. Further extensions were made in the 16th century, prior to the construction towards the end of the 18th century of the neoclassical exterior we see today.

In its earliest days, in the late 14th century, the Llotja was the highest expression of the rise of Barcelona's merchant class, providing this group of entrepreneurs with a platform on which to develop their activities, as the building became a symbol of their power and solidity. Subsequently, the political, social and economic evolutions of the country have been reflected by the building, which has seen periods of both splendour and decline. In the closing years of the past century, a dense layer of soot covered the stones of the Contracts Hall, while the Orange Tree Courtyard was used as a car park, although between 1997 and 2002 the Llotja underwent comprehensive refurbishment and now once again inspires admiration.

Miquel Valls i Maseda

*President of the Official Chamber of Commerce,
Industry, Services and Shipping of Barcelona*

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 & 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

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

NEO2 Photo Shoot Exhibition

Lloc / Lugar / Place: Open Area

01 – 05 / 02 / 2016

Al Photo Shoot Exhibition s'exposaran els resultats del NEO2 Photo Shoot Contest de l'edició de juliol de 2015. En aquest concurs vuit 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 sis marques que han estat presents a edicions anteriors del 080 Barcelona Fashion: ISOMETRIC; Celia Vela, OSCARLEON, RITA ROW, WHO i Brain&Beast.

En el Photo Shoot Exhibition se exhibiran los resultados del NEO2 Photo Shoot Contest de la edición de julio de 2015. En este concurso ocho 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 exhibirán fotos del reportaje ganador y de los otros equipos participantes.

Los modelos iban vestidos de seis diseñadores que han desfilado en ediciones anteriores de la 080 Barcelona Fashion: ISOMETRIC; Celia Vela, OSCARLEON, RITA ROW, WHO y Brain&Beast.

The Photo Shoot Exhibition will show the results of the NEO2 Photo Shoot Contest that took place during the 080 Barcelona fashion's July 2015 edition. In this contest eight 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 have been made by the winning team and the other participants.

The models were dressed by six designers, all of which have showed their collections in previous editions of 080 Barcelona Fashion: ISOMETRIC; Celia Vela, OSCARLEON, RITA ROW, WHO y Brain&Beast.

Les escoles que van participar en el concurs:

Las escuelas que participaron en el concurso son:

Participating schools:

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

Tesines de Moda

Lloc / Lugar / Place: Open Area

01 - 05 / 02 / 2016



Nou escoles de disseny i moda de Catalunya presenten una selecció de les tesines del passat any escolar a l'Open Area de l'esdeveniment.

Nueve escuelas de diseño y moda de Cataluña presentan una selección de las tesinas del año escolar '14-'15 en el Open Area.

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

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

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

Pedro Rodríguez Exhibition: “Costura a l’armari”

Lloc / Lugar/ Place: Saló Daurat de la Casa Llotja de Mar

01 / 02 / 2016

10.30h a 20.30h



COSTURA A L' ARMARI

Col.lecció privada de
Carme Ensesa Brillas

Una mostra inèdita del gran talent del mestre de l' Alta Costura Pedro Rodríguez a través d'una mirada a l' armari de Carme Ensesa Brillas, clienta excepcional i musa d'un dels nostres creadors de moda més internacionals.

COSTURA EN EL ARMARIO

Colección privada de
Carme Ensesa Brillas

Una muestra inédita del gran talento del maestro de Alta Costura Pedro Rodríguez a través de una mirada al armario de Carme Ensesa Brillas, clienta excepcional y musa de uno de nuestros creadores de moda más internacionales.

COUTURE ON THE CLOSET

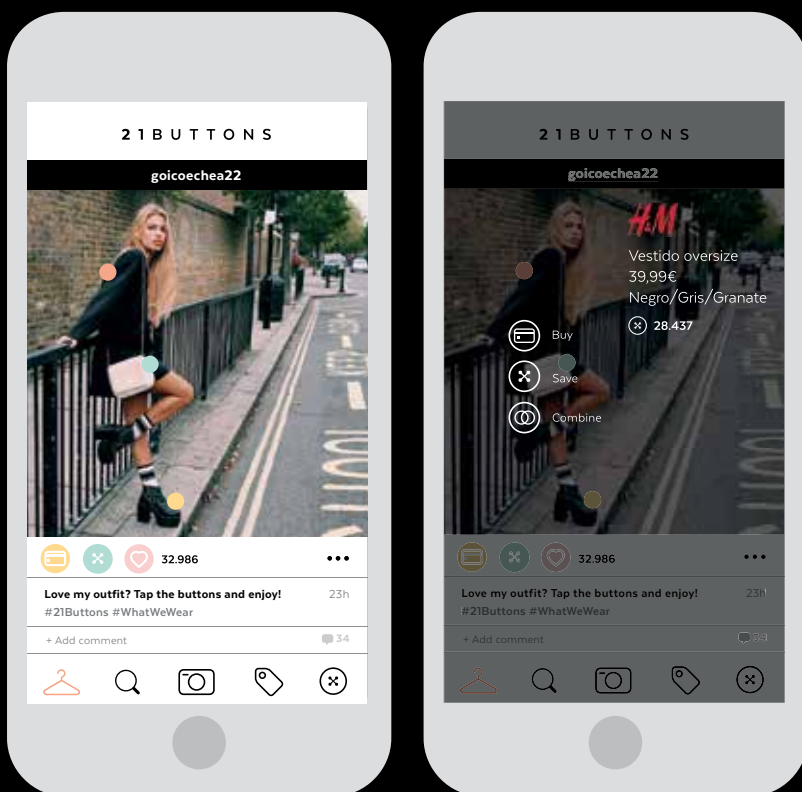
The Carme Ensesa Brillas
private collection

A never-before-seen exhibition of the Haute Couture master Pedro Rodríguez great talent through a glimpse to the closet of Carme Ensesa Brillas, privileged client and muse of one of our most international fashion designers.



21BUTTONS

WHAT WE WEAR



Pásate por nuestro stand y gana un lote de ropa y complementos valorado en 250€. ¡Sorteamos uno cada día!

www.21buttons.com

080
BARCELONA
FASHION

App de moda patrocinadora de 080 Barcelona Fashion

Manolo Blahnik



Biografia ♦ Biografía ♦ Biography

Nascut a les Canàries, de mare espanyola i pare txec, va estudiar art i llengua a Ginebra abans de traslladar-se a París, el 1965, on va decidir convertir-se en dissenyador. En una visita a Nova York, el 1970, va ensenyar els seus dissenys per a teatre a Diana Vreeland, aleshores cap de redacció de la revista Vogue americana, la qual es va fixar en les seves sabates i el va animar a centrar-s'hi.

Blahnik va aprendre l'art de fer sabates visitant fàbriques, on parlava amb operadors de màquines, talladors de tela i tècnics. El 1971, es trobava a Londres fent sabates. Un any després, Ossie Clark, aleshores el dissenyador més famós que hi havia a Londres, va fer servir les seves sabates i a partir de llavors va esclatar la seva carrera. El 1973 va obrir la seva primera botiga a Chelsea.

Amb una carrera que abarca més de 40 anys, Manolo Blahnik s'ha convertit en un dels dissenyadors de calçat més influents del món. Les seves sabates han aconseguit que una base d'admiradors internacionals caiguin rendits als seus peus.

Nacido en las Islas Canarias, de madre española y padre checo, estudió arte y lengua en Ginebra antes de mudarse a París en 1965, donde decidió convertirse en diseñador. En una visita a Nueva York en 1970, enseñó sus diseños para teatro a Diana Vreeland, entonces jefa de redacción de la revista Vogue América, quien se fijó en sus zapatos y le alentó a concentrarse en ellos.

Blahnik aprendió el arte de hacer zapatos visitando fábricas donde hablaba con operadores de máquinas, cortadores de tela y técnicos. En 1971, se instaló en Londres para hacer zapatos. Un año después, Ossie Clark, entonces el diseñador más famoso de Londres, usó sus zapatos y a partir de ahí floreció su carrera. En 1973 abrió su primera tienda en Chelsea.

Con una carrera que abarca más de 40 años, Manolo Blahnik se ha convertido en uno de los diseñadores de calzado más influyentes del mundo. Sus zapatos han conseguido que, admiradores de todo el mundo, caigan rendidos ante sus pies.

Born in the Canary Islands to a Spanish mother and a Czech father, he studied languages and art in Geneva before moving to Paris in 1965 where he decided to become a set designer. On a visit to New York in 1970, he showed his theatre designs to Diana Vreeland, then editor-in-chief of American Vogue, who honed in on his shoes and encouraged him to concentrate on them.

Blahnik learnt the art of making shoes by visiting factories where he talked to machine operators, pattern cutters and technicians. By 1971, he was in London making shoes. A year later, Ossie Clark, then the most famous designer in London, used his shoes and from there his career blossomed. In 1973 he opened his first shop in London's Chelsea.

With a career spanning over 40 years, Manolo Blahnik has become one of the world's most influential footwear designers. His shoes have spellbound an international set of adoring and loyal devotees across the globe.

Manolo Blahnik: “Fleeting Gestures and Obsessions”

Presentació del llibre i col.loqui / Presentación del libro y coloquio / Book presentation and colloquium

Lloc / Lugar / Place: Sala de Contractacions de la Casa Llotja de Mar

05 / 02 / 2016

12.30h



MANOLO BLAHNIK: “FLEETING GESTURES AND OBSESSIONS”

Monografia de l'obra de Manolo Blahnik, un dels titans de la moda contemporània. En aquest llibre, Blahnik revela per primera vegada les inspiracions que hi ha darrere de la seva singular visió artística, i que fan referència al món de l'arquitectura, l'art, el cinema i la literatura.

El llibre compta amb contribucions de Pedro Almodóvar, Mary Beard, Eric Boman, Sofia Coppola i Andre Leon Talley.

MANOLO BLAHNIK: “FLEETING GESTURES AND OBSESSIONS”

Monografía de la obra de Manolo Blahnik, uno de los titanes de la moda contemporánea. Blahnik revela por primera vez las inspiraciones que hay detrás de su singular visión artística, y que hacen referencia al mundo de la arquitectura, el arte, el cine y la literatura.

El libro cuenta con contribuciones de Pedro Almodóvar, Mary Beard, Eric Boman, Sofía Coppola y Andre Leon Talley.

MANOLO BLAHNIK: “FLEETING GESTURES AND OBSESSIONS”

Monograph of the Manolo Blahnik work, one of the titans of contemporary fashion. In the book, Blahnik reveals for the first time the inspirations behind his singular artistic vision, and that refer to the world of architecture, art, cinema and literature.

The book features contributions from Pedro Almodóvar, Mary Beard, Eric Boman, Sofia Coppola and Andre Leon Talley.

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

CND™ VINYLUX™

EL ESMALTE QUE DESAFÍA AL TIEMPO

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

LA MANICURA
OFICIAL DE LA

080

BARCELONA
FASHION

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

 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  **c**
Nails. Fashion. Beauty.

080 Fashion Market (Pop-up stores)

Lloc / Lugar / Place: Open Area

01 / 02 / 2016

13h a 21h

02 - 04 / 02 / 2016

10.30h a 21h

05 / 02 / 2016

10.30h a 20h



BCN Brand

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Pablo Caralps

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

T + 34 932 019 022

www.bcnbrand.com
info@bcnbrand.com



Bohemian Rhapsody Bcn

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Esther Bonet Armengol

Complements / Complementos / Accessories
Bosses / Bolsos / Bags

T. + 34 667 550 955

bohemianrhapsodybarcelona.com
bohemianrhapsodybcn@gmail.com

*Bohemian
Rhapsody*
BARCELONA



Chocolate y Aguamarina

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Adriana Savastano

Complements / Complementos / Accessories
Tocats i barrets / Tocados y sombreros /
Headwear
Joièria textil / Joyería textil / Textile jewelry

T. +34 695 255 930

www.chocolateyaguamarina.com
chocolateyaguamarina@gmail.com



Colette Barcelona

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Susana Soler Lucas

Joièria textil / Joyería textil / Textile jewelry

T. + 34 931 708 123

www.colettebarcelona.com
info@colettebarcelona.com



080 Fashion Market
(Pop-up stores)



Gemma López
Barcelona

Dissenyadora / Diseñadora / *Designer:*
Gemma López

Joieria / Joyería / *Jewelry*
Ulleres / Gafas / *Glasses*
Calçat / Calzado / *Shoes*

T. +34 933 182 135

www.gemmalopez.com
joan@gemmalopez.com



Grey Sunglasses

Dissenyador / Diseñador / *Designer:*
Equip Grey Sunglasses

Ulleres / Gafas / *Glasses*

T. + 34 931 729 386

www.greysunglasses.com
info@greysunglasses.com





HÀBIT by Miquel Barberà

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Miquel Barberà

Joieria / Joyería / Jewelry

T. + 34 932 009 474

www.habitbcn.com
habit@telefonica.net

HÀBIT



NYBILO

Dissenyadors/ Diseñadores / Designers:
Amanda Irigoyen, Patrick Temple

Complements / Complementos / Accessories
Cinturons / Cinturones / Belts

T. + 34 937 925 175

<http://nybilo.com>
nybilo@nybilo.com



080 Fashion Market (Pop-up stores)



OC & CO

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Cristina Tarragó

Complements / Complementos / Accessories
Bosses / Bolsos / Bags

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

www.ocandco.es
bcn@ocandco.es



Ramonas Barcelona

Dissenyadors / Diseñadores / Designers:
Lúcia Bernet, Daniel Sluckis,
Oriol Quadrada

Complements / Complementos / Accessories
Complements i accesoris per a la bicicleta
urbana / Complementos para la bicicleta
urbana / Accessories for urban bikes

T. + 34 933 100 152

www.ramonasbarcelona.com
info@ramonasbarcelona.com





Roberto & Victoria

Dissenyadors / Diseñadores / *Designers:*
Roberto Carrascosa, Victoria Aroca

Joieria / Joyería / *Jewelry*

T: +34 619 546 049

www.roberto-victoria.com
victoria@roberto-victoria.com



Roberto & Victoria



Roser Martínez Joieria Creativa

Dissenyadora / Diseñadora / *Designer:*
Roser Martínez

Joieria / Joyería / *Jewelry*
Complements / Complementos / *Accessories*

T. +34 625 930 537

www.rosermartinez.com
info@rosermartinez.com



rosermartinez
JOIERIA CREATIVA

080 Fashion Market (Pop-up stores)



SEDANÍA

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Begoña Ordás

Moda / Fashion
Complements / Complementos / Accessories

T. +34 666 953 540

www.sedaniatextil.com
sedaniabo@gmail.com

SEDANÍA
arte textil



Taranta

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Andrea Rodriguez

Complements / Complementos / Accessories
Joyeria / Joyería / Jewelry

T: + 34 620 245 362

www.taranta.es
administracion@taranta.com

taranta



UIA Inspirational Jewelry

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:
Nuria Bacardit

Joieria / Joyería / Jewelry

T. +34 680 326 853

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



Virginia Dröm Bags Ben

Dissenyadora/ Diseñadora/ Designer:
Roser Martínez

Bosses / Bolsos / Bags

T. +34 676 777 041

www.virginiadrom.es
virginia@virginiadrom.es



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



Woodys Barcelona

Dissenyador / Diseñador / Designer:
Josep Dosta Genís

Ulleres / Gafas / Glasses

T.: + 34 93 886 91 10

www.woodysbarcelona.com
info@woodysbarcelona.com
marketing@woodysbarcelona.com



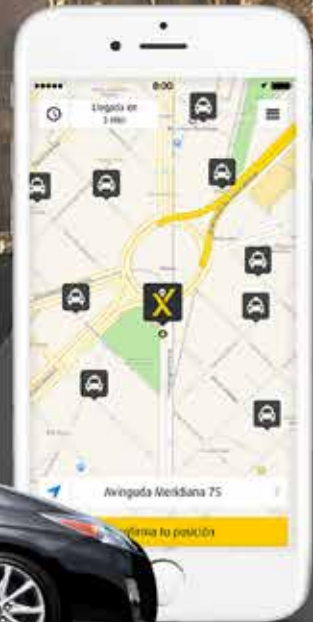
Col·laboradors de

080
BARCELONA
FASHION

COOL!

Mou-te amb estil per Barcelona.

Demana i paga el teu taxi via
app i gaudeix de 10€ de
descompte amb el codi "08003".



Més info: mytaxi.com/voucher/08003

 **mytaxi**
La Taxi App

Brain & Beast

04/02/2016 - 20h

Dissenyador / diseñador / designer:

Àngel Vilda

Marca comercial / commercial brand:

BRAIN & BEAST

T. +34 933 158 756

www.brainandbeast.com

info@brainandbeast.com



BRAIN & BEAST
BARCELONA

Jake & Dinos CHAPMAN

MINDERWERTIGKINDER, (Rat Child), 2011

White Cube Gallery, London (UK)

Interlude nº1 / Proud not Guilty

Es formula com un exercici d'estil (de forma i de contingut) en combat contra els elements, les persones, les psicopaties o els comportaments que obstaculitzen el progrés social i banalitzen la cultura.

Es tracta d'una demostració d'afectivitat improvisada per la moda, la qual també es defineix com a narradora d'un moment històric i un equalitzador social.

Antisocial és, aleshores, la persona que desenvolupa un patró perllongat de manipulació, explotació o violació dels drets dels altres, més enllà de la subjectivitat, en la interpretació de les pautes socials.

L'absència d'empatia amb el pròxim, l'obtenció de l'objectiu de forma immediata i la carença de remordiment defineixen un escenari apocalíptic cada vegada més habitual en les societats desenvolupades, on l'educació, la formació, el respecte a allò diferent, el bé comú i el desenvolupament col·lectiu queden en l'oblit.

Se formula como un ejercicio de estilo (de forma y contenido) en combate contra los elementos, personas, psicopatías o comportamientos que obstaculizan el progreso social y banalizan la cultura.

Se trata de una demostración de afectividad improvisada por la moda, la cual también se define como narradora de un momento histórico y equalizador social.

Antisocial es, entonces, la persona que desarrolla un patrón prolongado de manipulación, explotación o violación de los derechos de otros, más allá de la subjetividad en la interpretación de las pautes sociales.

La ausencia de empatía con el prójimo, la obtención del objetivo de forma inmediata y la carencia de remordimiento definen un escenario apocalíptico cada vez más habitual en las sociedades desarrolladas, donde la educación, la formación, el respeto a lo diferente, el bien común y el desarrollo colectivo quedan en el olvido.

Is formulated as an exercise in style (in form and content) battling against the elements, people, pathologies or behavior that impede social progress and belittle culture.

It's about a demonstration of affection improvised through fashion, which is also defined as narrator of a moment in history and proponent of social equality.

Antisocial is, therefore, the person who develops a sustained pattern of manipulation, exploitation or violation of others' rights, beyond the subjectivity of the interpretation of the social norms.

The lack of empathy for others, the instant gratification of desires and lack of remorse define an apocalyptic scenario more and more prevalent in developed societies where education, manners, respect for differences, the common good and collective development are forgotten.

Carlotaoms

01/02/2016 - 16h

Dissenyador / diseñador / designer:
Elisabet Carlota i Elisenda Oms
Marca comercial / commercial brand:
Carlotaoms

T. +34 618 199 349 / 626 257 262

www.carlotaoms.com
carlotaomsdesign@gmail.com



Itinerant ♦ Itinerante ♦ *Itinerant*

Vivim en una societat on desplaçar-se es converteix en una necessitat. Ens movem creuant instants amb persones introspectives i desconegudes amb qui interactuem anònimament. Som éssers abstrats i voyeurs, connectats i aïllats, que vivim cercant identitat i confort en els nostres trajectes vitals.

La voràgine d'estímuls diaris ens tensa i ens demana retrobar-nos amb nosaltres mateixos. Quan podem, fugim de la ciutat cercant la sensació de llibertat que ens ofereix a la muntanya.

CARLOTAOMS, amb la col·lecció ITINERANT, pretén acostar-nos tota la comoditat de la roba de muntanya, extrapolant-la del seu context original i acostant-la al món urbà.

Les línies de disseny i els teixits afavoreixen un benestar necessari a per aquesta societat de commuters.

Vivimos en una sociedad en la que desplazarse se convierte en una necesidad. Nos movemos cruzando instantes con personas introspectivas y desconocidas con las que interactuamos anónimamente. Somos seres abstraídos y voyeurs, conectados y aislados, que vivimos buscando identidad y confort en nuestros trayectos vitales.

La voràgine de estímulos diarios nos tensa y pide reencontrarnos con nosotros mismos. Cuando podemos, huimos de la ciudad buscando la sensación de libertad que nos ofrece la montaña.

CARLOTAOMS, con la colección ITINERANT, pretende acercar toda la comodidad de la ropa de montaña, extrapolándola de su contexto original y acercándola al mundo urbano.

Las líneas de diseño y los tejidos favorecen un bienestar necesario para esta sociedad de commuters.

We live in a society where moving has become a necessity. We move, intersecting momentarily with introspective strangers with whom we interact anonymously. We are abstract and voyeuristic beings, connected and isolated, who look for identity and comfort on our life's journey.

The barrage of daily stimuli makes us tense and creates the need for us to find ourselves again. When we can, we get away from the city looking for the sense of freedom we are offered by the mountains.

CARLOTAOMS, with the ITINERANT collection, aim to capture the comfort of outdoor clothing, extrapolating it from its original context and bringing it into the urban world.

The lines and textiles favor a well-being necessary for this society of commuters.

Celia Vela

01/02/2016 - 17.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Celia Vela

Marca comercial / commercial brand:

Celia Vela

T. +34 972 674 617

www.celiavela.com

showroom@celiavela.com

Celia Vela



FW 16/17

Custo Barcelona

03/02/2016 - 20.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Custo Dalmau

Marca comercial / commercial brand:

Custo Barcelona

T. +34 933 788 410

www.custo.com

recepcion@custo-barcelona.com



CUSTO®
B A R C E L O N A

FW 16/17

Edgar Carrascal

03/02/2016 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:

Edgar Carrascal

Marca comercial / commercial brand:

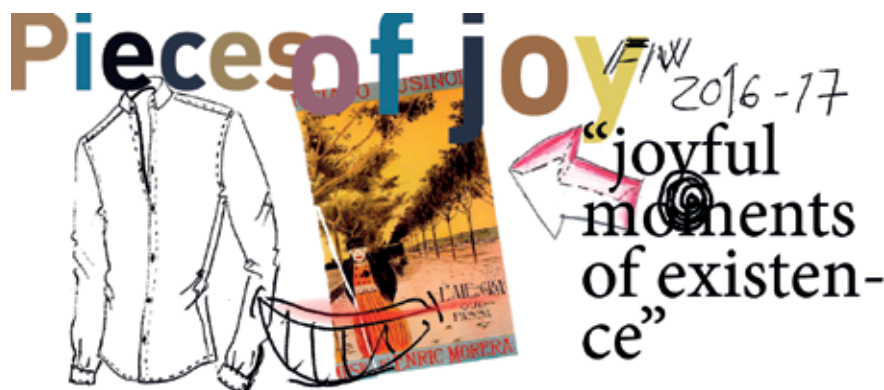
Edgar Carrascal

T. +34 637 984 130

www.edgarcarrascal.com

carrascal@edgarcarrascal.com

EDGAR CARRASCAL



Pieces of Joy FW16-17

En abordar la col·lecció em sento com el personatge protagonista d'un cartell de Santiago Rusiñol titulat L'alegria que passa.

Retrata aquells moments passatgers d'alegria que fan els dies més suportables i optimistes.

El vestuari d'aquest home connota la idea d'amplitud, de llibertat, de moviment. La camisa segueix sent la peça central del guarda-roba masculí, teñida de tons eucalip-tus, cafè, visó, guinda o antracita, i s'accentua amb tocs de vermell tomàquet i blau ànec en accesoris estampats, com corbates i maxicorbatins.

La superposició de peces ofereix al conjunt un cert aire bohemio, molt fresc i despreocupat.

Al abordar la colección me siento como el personaje protagonista de un cartel de Santiago Rusiñol titulado "L'alegria que passa".

Retrata esos momentos pasajeros de alegría que hacen los días más llevaderos y optimistas.

El vestuario de este hombre connota la idea de amplitud, de libertad, de movimiento. La camisa sigue siendo la pieza central del guardarropa masculino, teñida en tonos eucalipto, café, visón, guinda o antracita, y se acentúa con toques de rojo tomate y azul pato en accesorios estampados como corbatas y maxipajaritas.

La superposición de piezas ofrece al conjunto un cierto aire bohemio, muy fresco y despreocupado.

When approaching this collection i feel like the main character in a Santiago Rusiñol poster entitled "The joy that happens".

It portrays those fleeting moments of joy that make the day more bearable and impart optimism.

The wardrobe of this man transmits the idea of freedom, movement and absence of restriction. The shirt retains its central position in the masculine wardrobe, dyed in eucalyptus, coffee, burgundy or anthracite hues, accentuated with touches of tomato red and teal blue in accessories like ties and oversized bow ties.

The layering of pieces produces a certain bohemian air. Very fresh and nonchalant.

Justicia Ruano

03/02/2016 - 19h

Dissenyador / diseñador / designer:

Justicia Ruano

Marca comercial / commercial brand:

Justicia Ruano

T. +34 933 078 130

www.justiciaruano.com

info@justiciaruano.com



Orion

“Petits llocs, la llum dels quals és només una mica més gran que la foscor de l'espai celestial.”
Pierre Louis Maupertuis

Vinil amb xantillí,
moher esquitxat de lúrex,
fil coupé clapejat amb or,
plata i bronze,
veritables patchworks
de textures.

Brocats i crepès de seda
amb brodats joia,
estructura vs llanguiment,
efectes mat i brillant,
festival de matèries amb
volums controlats.

“Pequeños lugares cuya luz es sólo un poco mayor que la oscuridad del espacio celestial”
Pierre Louis Maupertuis

Vinilo con chantilly,
mohair salpicado de lúrex,
fil coupé moteado de oro,
plata y bronce, verdaderos
patchworks de texturas.

Brocados y crepes de seda
con bordados joya,
estructura versus languidez,
efectos mate y brillo,
festival de materias con
volúmenes controlados.

“Small place whose light is just barely brighter than the darkness of space”
Pierre Louis Maupertuis

Vinyl with chantilly lace,
mohair splattered with lurex,
Dappled gold silver and
bronze fil coupé, a real
patchwork of textures.

Silk brocades and crepes
with bejeweled embroidery,
structure and languor,
matte and glossy effects,
a festival of fabrics with
controlled volumes.

Krizia Robustella

02/02/2016 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:

Krizia Robustella

Marca comercial / commercial brand:

Krizia Robustella

T. +34 932 682 668

www.kriziarobustella.com

krizia@kriziarobustella.com

Col·lecció • Colección • Collection



Black Street

A partir de la memòria de la cultura rap dels anys 80 i 90 dels carrers de Nova York, neix "Black Street" FW 2016-17, la nova col·lecció de la dissenyadora Krizia Robustella, fidel al xandall i al seu estil esportiu.

Aquesta vegada, carrega la passarel·la de retrats en blanc i negre en col·laboració amb l'artista Nicasio Torres, acompanyat dels mítics "tags" que amaren els murs i metros més underground, en forma d'estampat.

Sofisticació i carrer s' uneixen en aquesta col·lecció que Robustella dedica als rappers de les classes adinerades, amb la seva adoració als abrics de pèls, els bastons i els diamants. Ho barreja amb el rap més urbà i de carrer, dels parcs i carrers de barri.

A partir de la memoria de la cultura rap de los años 80 y 90 de las calles de Nueva York, nace "Black Street" FW 2016-17, la nueva colección de la diseñadora Krizia Robustella.

Fiel a su estilo chandalero carga esta vez la pasarela de retratos en blanco y negro, en colaboración con el artista Nicasio Torres, acompañado de los míticos "tags" que empapan los muros y metros más underground en forma de estampado.

Sofisticación y calle se unen en esta colección que Robustella dedica a los rappers de las clases adineradas con su adoración a los abrigos de pelos, los bastones y los diamantes, mezclado con el rap más urbano y callejero de los parques y calles de barrio.

From the memory of the rap culture of the 80s and 90s on the streets of New York, "Black Street" FW 2016/17 is born.

The designer Krizia Robustella's new collection which, true to her shell suit style, she fills the catwalk with black and white portraits this time with the collaboration of illustrator Nicasio Torres, and of course with the iconic tags that splash the walls and subways by way of prints.

Sophistication and street come together in this collection that Robustella dedicates to the rappers of the well to do with their adoration for fur coats, walking canes and diamonds mixing it all up with the most urban and streetwise rap from the parks and streets of the barrio.

DISSENYADORS • DISEÑADORES • DESIGNERS

Lebor Gabala

03/02/2016 - 17.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Maite Muñoz Roy

Marca comercial / commercial brand:

Lebor Gabala

T. +34 934 234 374

www.leborgabala.com

info@leborgabala.com

LEBOR GABALA

Bloomsbury

Una silueta llarga i fluida
Tres quarts de volum envoltant
Molts grams de llana esponjosa
Almenys cinc peces de seda
Un passeig pel barri londinenc
de Bloomsbury
Quatre rotlles de paper
pintat de William Morris
La col·lecció completa
d'obres de Virginia Woolf
Un manat de flors liberty
Una pluja fina de mescla
Una carta de colors de l'orient
Dos-cents cabdells de caixmir
Una pila de vellut
La dedicació devota
de Maite Muñoz

Una silueta larga y fluida
Tres cuartos de volumen envolvente
Muchos gramos de lana esponjosa
Al menos cinco piezas de seda
Un paseo por el barrio
londinense de Bloomsbury
Cuatro rollos de papel pintado
de William Morris
La colección completa de
obras de Virginia Woolf
Un bouquet de flores liberty
Una lluvia fina de mezclilla
Una carta de colores de oriente
Doscientos ovillos de cashmere
Un montón de terciopelo
La dedicación devota
de Maite Muñoz

*A long flowing silhouette
Three quarter wrapped volume
Grams and grams of spongy wool
At least five pieces of silk
A walk through the Bloomsbury
area of London
Four rolls of William Morris
wallpaper
The complete works
of Virginia Woolf
A bouquet of liberty flowers
A fine drizzle of denim
An oriental color palette
Two hundred balls of cashmere
Loads of velvet
The unstinting devotion
of Maite Muñoz*

Manuel Bolaño

02/02/2016 - 20.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Manuel Bolaño

Marca comercial / commercial brand:

Manuel Bolaño

T. +34 687 644 750

info@manuelbolano.com

www.manuelbolano.com



MANUEL BOLAÑO

ARTISAN DEPUIS 2008

Oh Judy, I Need Your Love

Oh Judy,
Als dotze anys major d'edat.

Oh Judy,
A los doce años mayor de edad

Oh Judy,
At twelve an adult

Oh Judy,
El teu riure va ser espectacle.

Oh Judy,
Tu risa fue espectáculo

Oh Judy,
Your laughter was spectacular.

Oh Judy,
Busca'm entre la multitud i treu-me a ballar.

Oh Judy,
Búscame entre la multitud y sácame a bailar

Oh Judy,
Look for me in the crowd and pull me out to dance.

Oh Judy,
Vam trencar la barrera del so.

Oh Judy,
Rompimos la barrera del sonido

Oh Judy,
We broke the sound barrier.

Oh Judy,
Les paraules es queden mudes en sentir les teves rialles.

Oh Judy,
Las palabras se quedan calladas al oír tus carcajadas.

Oh Judy,
Your peals of laughter muted words.

Oh Judy,
No deixis que el nostre dolç amor mori com les flors a la tardor.

Oh Judy,
No dejes que nuestro dulce amor muera como las flores en otoño.

Oh Judy,
Don't let our sweet love die like flowers in autumn.

Oh Judy,
La pluja de l'estiu em va trobar sentint els teus cabells a les meves mans.

Oh Judy,
La lluvia del verano me encontró sintiendo tu pelo en mis manos

Oh Judy,
The summer rain found me running your hair through my fingers.

Oh Judy!

Oh Judy!!!!

Oh Judy!!!!

Menchén Tomás

04/02/2016 - 19h

Dissenyador / diseñador / designer:

Olga Ronquillo Menchén i Francesc Grau Tomàs

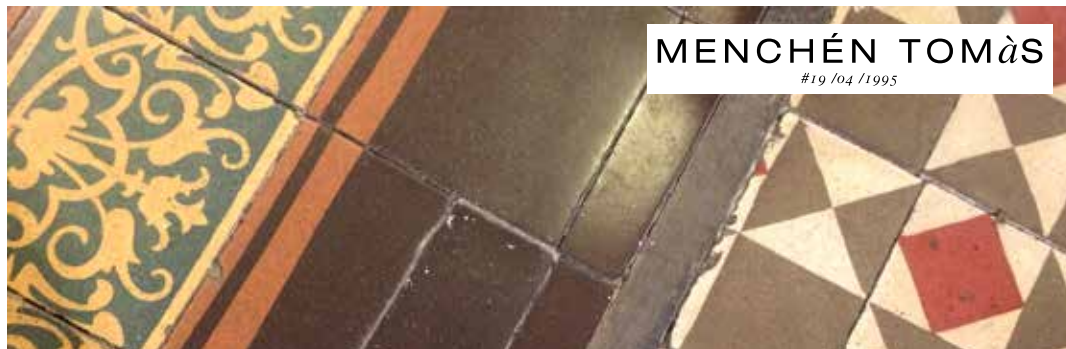
Marca comercial / commercial brand:

MENCHÉN TOMÀS

T. +34 934 160 571

www.menchentomas.com

info@menchentomas.com



Notariat II

D'atzars es vesteix el món. Com explicar, si no, que la fortuna guiés una parella de dissenyadors per fundar el seu taller-estudi a Notariat 11 l'any 1995, allà on, des de fa temps, s'afanyen treballadors i estudiants de llocs diversos. En aquest mateix carrer del Raval on el premi Nobel Ramón y Cajal va forjar la teoria de les neurones Menchén Tomás va escalar fins a un quarts pis, amb principal però sense ascensor, per a desgràcia de representants. Justament a la frontera entre la bohèmia del caòtic barri xinès i la quadrícula burgesa de l'Eixample, va idear les primeres peces a mida, en què ja apareixien el popelín, el georgette o el Harris tweed.

Sobre terres de geometries multi-color i sota sostres amb motllures florals, va vestir una clientela heterogènia, i des d'aquella diversitat va sorgir una moda plena de contrastos pels quals encara aposten, agermanant jupes de skater amb llenceria de seda i puntes. I així segueixen, vint anys després, "neuronejant" una altra col·lecció que homenatgi el taller dels seus inicis, amb la mateixa paleta de verds, roses, blaus i negres per la qual una vegada van passejar-se.

De azares se viste el mundo. Cómo explicar, si no, que la fortuna guiara a una pareja de diseñadores para fundar su taller-estudio en Notariat 11 durante 1995, allí donde, desde hace tiempo, se afanan trabajadores y estudiantes de lugares diversos. En esta misma calle del Raval donde el premio Nobel Ramón y Cajal fraguó la teoría de las neuronas, Menchén Tomás trepó a un cuarto piso, con principal pero sin ascensor, para desgracia de representantes. Justo en la frontera entre la bohemia del caótico barrio chino y la cuadrícula burguesa del ensanche, ideó las primeras prendas a medida, en las que ya aparecían el popelín, el georgette o el Harris tweed.

Sobre suelos de geometrias multicolores y bajo techos con molduras florales, vistió a una clientela variopinta, y de esa diversidad surgió una moda llena de contrastes por los que todavía hoy apuestan, hermanando chupas de skater con lencería de seda y encaje. Y así siguen, veinte años después, "neuroneando" otra colección que homenajea el taller de sus inicios, con la misma paleta de verdes, rosas, azules y negros por la que una vez anduvieron.

The world is cloaked in serendipity. How otherwise can one explain that fate would lead a couple of designers to establish their studio-workshop at 11 Notariat Street in 1995 where, for a long time now, workers and students of diverse origins toil diligently. In this same street in the Raval neighborhood where the Nobel laureate Ramon i Cajal came up with his theory of neurons. Menchén Tomás wheezed their way up to the fourth floor (with mezzanine) and no elevator; the bane of sales reps. Right on the border between the chaotic Chinese quarter and the Bourgeois Ensanche neighborhood they came up with their first bespoke garments in which poplin, georgette and Harris tweed first made their appearances.

On geometric patterned floors under molded plaster ceilings they dressed a motley clientele and from this diversity, a fashion filled with contrasts in which still today skater jackets rub shoulders with silk and lace lingerie. And so they go on, twenty years later, firing collections out from their neurons. Collections that pay tribute to their original workshop with the same palette of greens, pinks, blues and blacks picked up all that time ago.

Miquel Suay

01/02/2016 - 19h

Dissenyador / diseñador / designer:

Miquel Suay

Marca comercial / commercial brand:

Miquel Suay

T. +34 963 529 053

www.miquelsuay.com

sales@miquelsuay.com



Eight

Eight. És moviment, ritme. Clar equilibri d'energies. Inspiració per elaborar volums sinuosos. Esses que juguen, es creuen, traçant un clar camí cap a l'infinit, la recerca sense límits. Límits marcats per la vida, sempre en moviment. Moviment que bressola qui busca el canvi i llança a l'oblit qui roman immutable. La infinita recerca d'harmonia.

Eight és una combinació de teixits tecnològics amb teixits tradicionals. Elastans i llanes. Colorimetria austera: blaus, grisos, vermells i negres. Nexa d'unió entre una vasta varietat de textures geomètriques, concebant peces amb marcats contrastos.

Un disseny avantguardista lliurat a homes de nova generació. Comoditat, versatilitat i elegància.

Eight. Es movimiento, ritmo. Claro equilibrio de energías. Inspiración para elaborar volúmenes sinuosos. Esses que juegan, se cruzan, trazando un claro camino hacia el infinito, la búsqueda sin límites. Límites marcados por la vida, siempre en movimiento. Movimiento que mece a quien busca el cambio y arroja al olvido a quien permanece immutable. La infinita búsqueda de armonía.

Eight es una combinación de tejidos tecnológicos con tejidos tradicionales. Elastanos y lanas. Colorimetría austera: azules, grises, granates y negros. Nexa de unión entre una vasta variedad de texturas geométricas, concibiendo prendas con marcados contrastes.

Un diseño vanguardista entregado a hombres de nueva generación. Comodidad, versatilidad y elegancia.

Eight. Is movement, rhythm. A perfectClear balance of energies. An inspiration to develop sinuous volumes. S'Esses playing, crossing, drawing a clear path to infinity, theunlimited never-ending search. Limits set for life, always moving. A rRocking movement for those who seek change and castthrown into oblivion to those whothat remain unchanged. The endless quest for harmony.

Eight is a combination of technological fabrics and traditional fabrics, wool and elastane. Austere chromaticsolorimetry: blue, gray, maroon and black. A lLink between a wide variety of geometric textures, designing garments with marked contrasts.

A modern design handed on next-generation men. Comfort, versatility and elegance.

Miriam Ponsa

02/02/2016 - 16h

Dissenyador / diseñador / designer:

Miriam Ponsa

Marca comercial / commercial brand:

Miriam Ponsa

T. +34 938 72 17 58

www.miriamponsa.com

enric@miriamponsa.com



MIRIAM PONSA



Aviadores ♦ Aviadoras ♦ Aviators

L'anhel de volar ha estat present en la humanitat des del seu origen. Infinites intents d'emprendre el vol van forjar les beceroles de l'aviació. Si inicialment era un terreny d'homes, també hi va haver dones que van desafiar els costums de l'època i van obrir-se camí en l'aeronàutica. Aquesta col·lecció és un homenatge a les pioneres de l'aviació.

La funcionalitat de les peces s'aconsegueix a través de formes oversize, petos que recorden els laborals i peces exteriors que abriguen i protegeixen.

Les cintes i les gomes elàstiques que recorden els paracaigudes tenen gran protagonisme, així com els cordats amb peces metàl·liques i múltiples cremalleres.

Els teixits són majoritàriament de llana, cotó i cotó/seda, que aporten confort i protecció. La pell també hi té un pes important. Predominen els colors grisos, caquis i el negre.

El anhelo de volar ha estado presente en la humanidad desde su origen. Infinitos intentos de emprender el vuelo forjaron los principios de la aviación. Si inicialmente, era un terreno de hombres, también hubo mujeres que desafiaron las costumbres de la época y se abrieron un camino en la aeronáutica. Esta colección es un homenaje a las pioneras de la aviación.

La funcionalidad de las prendas se consigue a través de formas oversize, petos que recuerdan los laborales y prendas que abrigan y protegen.

Las cintas y gomas elásticas que recuerdan los paracaídas tienen gran protagonismo, así como los cierres con piezas metálicas y múltiples cremalleras.

Los tejidos son mayoritariamente de lana, algodón y algodón/seda que aportan confort y protección. La piel también tiene un peso importante. Predominan los colores grises, caquis y el negro.

The urge to fly goes all the way back to the origins of man. Infinite attempts to take to the air laid the foundations for the principles of aviation. Even though initially it was very much a man's world, there were also women who defied the canons of the day and made headway in aeronautics. This collection is a tribute to those female pioneers of aviation.

The garments are rendered functional by being oversized; coveralls reminiscent of work-wear and garments that protect and insulate from the cold.

Straps and elastic bands recalling parachutes are prominent as are metallic closures and multiple zippers.

The fabrics are mostly cotton, wool and a cotton silk blend which make the garments comfortable and protective. Leather also features heavily and the star colors are grays, khakis and black.

Dissenyador / diseñador / designer:

Oscarleon

Marca comercial / commercial brand:

Oscarleon

www.oscarleon.com

info@oscarleon.com



Insects

Els insectes han estat des de sempre importants per a l'home:

com a font d'aliment;
com a pol·linitzadors o protectors dels nostres cultius;
com a subministradors de teixits per vestir o també per tenyir;
com a medicines;
com una amenaça per al nostre benestar;
com a símbols místics d'immortalitat, poder, destinació o bona sort;
i senzillament com a animals per a entreteniment i estudi.

Los insectos han sido, desde siempre, importantes para el hombre:

como fuente de alimentos;
como polinizadores o protectores de nuestros cultivos;
como suministradores de tejidos para vestir o también para teñir;
como medicinas;
como una amenaza para nuestro bienestar;
como símbolos místicos de inmortalidad, poder, destino o buena suerte; y sencillamente como animales para entretenimiento y estudio.

Insects have always been important for man:

*as sources of food;
as pollinators or protectors of our crops;
as providers of textiles for clothing or sources of dye;
as medicine;
as threats to our wellbeing;
as mystical symbols of immortality, power, fate or good luck and simply, as animals that entertain or are subjects of research.*

Pablo Erroz

02 / 02 / 2016 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:

Pablo Erroz

Marca comercial / commercial brand:

Pablo Erroz

T. +34 630 024 753

www.pabloerroz.com

pabloerroz@gmail.com



Perception

+Línies: oversize, relaxat, estructurat, sastre, 70's vers 80's.

+Materials: Napa, be, bambula, llanes, viscoses, encaix de cotó, tricot, lamé, brillantina, PVC.

+Colorit: Tangerine Tango, Navy, Junior Grey, Soft Beix, Pirate Black

+Mood: Panell en blanc on neix una selecció espontània i personal, sense pretensions. La Transició artística dels 70 i 80, les transformacions socials ocorregudes entre 1976 i 1984, l'anàlisi i redefinicions, el concepte = símptoma y no la causa

+Líneas: oversize, relajado, estructurado, sastre, 70's VS 80's.

+Materiales: Napa, cordero, bambula, lanas, viscosas, encaje de algodón, tricot, lamés, brillantina, PVC.

+Colorido: Tangerine Tango, Navy, Junior Grey, Soft Beige, Pirate Black

+Mood: Panel en blanco donde nace una selección espontánea y personal, sin pretensiones. La transición artística de los 70 y 80, transformaciones sociales ocurridas entre 1976 y 1984, análisis y redefiniciones, concepto = síntoma, no la causa.

T+Lines: Oversized, relaxed, structured, tailored, 70's v 80's.

+Materials: Napa, kid leather, cheesecloth, wools, viscose, cotton lace, tricot, lame, glitter, PVC.

+Coloring: Tangerine Tango, Navy Blue, Junior Gray, Soft Beige, Pirate Black.

+Mood: A blank panel on which a spontaneous personal selection without pretentions appears. The artistic transition of the 70s and 80s, social transformations that took place between 1976 and 1984, analysis and redefinitions, concept = symptom, not cause.

Pau Esteve

01/02/2016 - 16h

Dissenyador / diseñador / designer:

Pau Esteve

Marca comercial / commercial brand:

Pau Esteve

T. +34 691 348 185

www.pauesteve.net

info@pauesteve.net



Dust

La pols acumulada, com a consciència de la realitat, és el punt de partida de Pau Esteve per desenvolupar la seva col·lecció tardor-hivern 2016/2017.

Investiga el present per desenvolupar una col·lecció que transmeti l'essència del moment: viure sense límits. Dissenys que s'adapten als canvis. Aposta per l'esportivitat dels dissenys clàssics i per la masculinització de la dona. La nova col·lecció es dirigeix a un públic cosmopolita i esportiu.

El polvo acumulado, como consciencia de la realidad, es el punto de partida de Pau Esteve para desarrollar su colección otoño-invierno 2016/2017.

Investiga el presente para desarrollar una colección que transmita la esencia del momento: el vivir sin límites. Diseños que se adaptan a los cambios, apuesta por la deportividad de los diseños clásicos y por la masculinización de la mujer. La nueva colección se dirige a un público cosmopolita y deportivo.

Gathered dust as an awareness of reality is the starting point Pau Esteve chose from which to develop his fall-winter 2016/2017 collection.

He observes the present to enable him to create a collection that transmits the essence of the moment: Living without limits. His designs adapt to change and he bids on the sportsmanship of classic designs and the masculinization of the woman this season. The new collection is aimed at a cosmopolitan sporty public.

Sita Murt

02 / 02 / 2016 - 19h

Dissenyador / diseñador / designer:

Isabel Esteve i Anna Portat

Marca comercial / commercial brand:

Sita Murt

T. +34 938 037 411

www.sitamurt.com

isabelesteve@sitamurt.com



sita murt/

Freedom's mood

A Sita Murt tardor-hivern 16-17 pensem una col·lecció amb un joc entre la sensualitat femenina amb un esperit delicat i les peces andrògenes urbanes.

Freedom's mood és una col·lecció plena dels 70 d'Ali McGraw, Peggy Lipton i les notes de Frank Zappa però sempre acompanyada de la nostra essència de simplicitat urbana.

Vestits interminables de viscoses i sedes amb brodats preciosos i bruses fluides conviuen amb el punt de jacquards i més jacquards, llanes perfectes, baguilles "mélange", capes amb dibuixos gràfics i abrics envoltants.

Els colors més tradicionals donen color a la nostra paleta: els marrons càlids conviuen amb els vermells ultrafemenins i el cru i el "nude" ens donen llum.

En Sita Murt otoño-invierno 16-17 pensamos una colección que juega con la sensualidad femenina con un espíritu delicado y las piezas andróginas urbanas.

Freedom's mood es una colección llena de inspiraciones de los años 70's de Ali McGraw, Peggy Lipton y las notas de Frank Zappa, pero siempre acompañada de nuestra esencia de simplicidad urbana.

Vestidos interminables en viscosas y sedas con bordados preciosos y blusas fluidas conviven con el punto de jacquars y más jacquars, lanas perfectas, baguilles "mélange", capas con dibujos gráficos y abrigos envoltantes.

Los colores más tradicionales dan color a nuestra paleta: los marrones cálidos conviven con los rojos ultrafemeninos y el crudo y el "nude" nos dan luz.

For fall winter 16/17 at Sita Murt, we have come up with a collection that is a play between feminine sensuality with a delicate spirit and androgynous urban pieces.

Freedom's Mood is a collection full of the 70s of Ali McGraw, Peggy Lipton and Frank Zappa's notes all the while accompanied by our trademark urban simplicity.

Endless viscose and silk dresses with beautiful embroidery and flowing blouses combine with jacquard knits and other jacquards, perfect wools, baguilles mélange, layers with graphic prints and enveloping overcoats.

Our color palette is drawn from the most traditional: warm browns combine with raw and nude to being them luminosity.

TCN

01/02/2016 - 20.30h

Marca comercial / commercial brand:
TCN

T. +34 937 95 11 14
www.tcn.es / comunicacion@tcn.es

TCN

TOTON COMELLA

FW 2016-2017

La col·lecció de tardor-hivern 2016-2017 de TCN marca una fita en la història de la marca. El prêt-à-porter és el protagonista de la col·lecció, però la cotilleria i la llenceria es barregen una vegada més i fan de la fusió la icona de l'estil TCN.

Els teixits estan dominats per les textures càlides i dolces, com la llana i el caixmir, que troben en els abrics la seva millor forma de sortir al carrer, mentre que els cotons i els velluts es deixen per a les peces que toquen la pell, els jerseis, els pantalons, els tops...

En la cotilleria, el tul és el protagonista, unes vegades en estampat i d'altres en la seva versió llisa, i juga a barrejar-se amb vestits i tops, que surten de l'armari per vestir-se superposats a tot.

La colecció de otoño-invierno de TCN 2016-2017 marca un hito en la historia de la marca. El prêt-à-porter es el protagonista de la colección, pero la corsetería y la lencería se entremezclan una vez más haciendo de la fusión el icono de estilo TCN.

Los tejidos están dominados por las texturas cálidas y dulces, como la lana y el cashmere que encuentran en los abrigos su mejor forma de salir a la calle, mientras que los algodones y los terciopelos se dejan para las prendas que tocan la piel, los jerséis, los pantalones, los tops....

En la corsetería el tul es el protagonista, unas veces en estampado y otras en su versión lisa, que juega a entremezclarse con vestidos y tops que salen del armario de la lencería para vestirse sobrepuestos a todo.

TCN's 2016-2017 fall-winter collection marks a milestone in the brand's history. Prêt à Porter is the main thrust of the collection but the corsetry and lingerie are combined ways that make fusion TCN's iconic style.

Warm soft fabrics like wool and cashmere predominate in the collection; best expressed in their coats for outdoor use while cottons and velvets are used for garments worn close to the skin: tops, pants, jerseys...

In corsetry tulle predominates, sometimes adorned with prints and at others plain to combine with dresses and tops out of the lingerie closet to be worn layered over all the rest.

Dissenyador / diseñador / designer:

Txell Miras

Marca comercial / commercial brand:

Txell Miras

T. +34 610 42 20 16

www.txellmiras.eu

ivan@txellmiras.eu



txell miras

Conventual

La col·lecció parteix de l'atracció per la solemnitat i la sobrietat del vestuari dels ordes religiosos. El repte de la col·lecció és reinventar aquesta estètica tancada i estricta. Una indumentària que pretén despersonalitzar l'individu, neutralitzar la vanitat del vestir individualment però alhora realça la persona i la dota d'una força inusual.

La tria d'aquest tema no pretén ser una crítica ni una banalització, és un homenatge formal i conceptual a un vestuari sobri i senzill però potent i misteriós.

Teixits: llana, jacquard, neoprè, viscosa, bambula, prisats...
Colors: negre, blanc, grisos, marrons...

La colección parte de la atracción por la solemnidad y la sobriedad del vestuario de las órdenes religiosas. El reto de la colección es reinventar esta estética cerrada y estricta. Una indumentaria que pretende despersonalizar al individuo, neutralizar la vanidad del vestir individualmente pero, a la vez, realzando la persona y dotándola de una fuerza inusual.

La elección de este tema no pretende ser una crítica ni una banalización, es un homenaje formal y conceptual a un vestuario sobrio y sencillo pero potente y misterioso.

Tejidos: lana, Jacquard, neopreno, viscosa, bambula, plisados...
Colores: negro, blanco, grises, marrones...

The collection is based on an attraction for the solemnity and sobriety of garments worn by religious orders and the challenge of the collection lies in reinventing this strict closed esthetic. A way of dressing that attempts to depersonalize the individual and neutralize the vanity of dressing to one's own taste but at the same time, this way of dressing enhances the wearer's personality and lends it an uncommon strength.

This choice of theme in no way intends to criticize or trivialize but is a conceptual and formal tribute to an austere and simple but at the same time powerful and mysterious way of dressing.

*Textiles: Wool, jacquard, neoprene, viscose, cheesecloth, pleats...
Colors: Black, white, grays, browns...*

V M La Sibèria

04/02/2016 - 17.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Victòria Espar Almeda i Marc Espar Figueras

Marca comercial / commercial brand:

Pelleteria la Sibèria

T. +34 933 170 583

www.pelleteriasiberia.com

info@pelleteriasiberia.com



VM
LA SIBÈRIA

Viatge ♦ Viaje ♦ Trip

Per a qui viatja per oci, construïm una col·lecció còmoda, versàtil, que combina el pèl llarg amb el punt. Peces amples, capes i ponxos que afavoreixen i que són fàcils de portar.

Per als qui vénen per negocis, presentem abrics i jaquetes de línies sòbries però atractives, que permeten estar impecables en qualsevol situació.

Ens han inspirat els tons naturals del paisatge, pedres, verds, teules, blaus... i ens guia la intenció de fer peces còmodes, de línies sòbries, però amb una gran pinzellada de sensualitat.

Para el que viaja por ocio, construimos una colección cómoda, versátil, que combina el pelo largo con el punto. Prendas amplias, capas y ponchos que favorecen y que son fáciles de llevar.

Para los que vienen por negocios, presentamos abrigos y chaquetas de líneas sobrias pero atractivas, que permiten estar impecables en cualquier situación.

Nos han inspirado los tonos naturales del paisaje, piedras, verdes, tejas, azules... y nos guía intención de hacer prendas cómodas, de líneas sobrias pero con una gran pincelada de sensualidad.

For those who travel for leisure, we have confected a comfortable versatile collection that combines long hair fur with knitwear. Flattering, easy to wear generous garments, capes and ponchos.

For those on business, we offer coats and jackets with sober but attractive lines, impeccable for any occasion.

We were inspired by the natural hues of the landscape, stones, greens, russets, blues...and guided by the intention of making comfortable garments with sober lines but a marked sensuality.

Xavi Grados

04/02/2016 - nh

Dissenyador / diseñador / designer:

Xavi Grados

Marca comercial / commercial brand:

Xavi Grados

T. +34 628 255 734

www.xavigrados.com

info@xavigrados.com



O XAVI
GRA
DOS

Hàlit

HÀLIT, col·lecció inspirada en les situacions límit dels individus, en què la sensació d'asfíxia ens porta a l'extrem. Vol representar el nus que no ens permet respirar, que ens deixa sense alè, que ens ofega, quan cos i ment es desborden i necessiten fer una pausa per respirar.

El tricot és el protagonista. Diferents textures, gruixos i volums, representen aquesta opressió. Comparteix escenari amb peces fetes en plana, que conjuntament ens expliquen la confusió, el doble sentit. La pell, el material que els complementa.

El buit simbolitza l'alliberament. El nu, el retorn a la nostra essència, dominada per colors blaus i grisos, el negre i el blanc.

Colección inspirada en las situaciones límite de los individuos, donde la sensación de asfixia nos lleva al extremo. Quiere representar el nudo que no nos permite respirar, que nos deja sin aliento, que nos ahoga cuando cuerpo y mente se desbordan y necesitan tomar una pausa para respirar.

El tricot es el protagonista. Diferentes texturas, gruesos y volúmenes, representan esta opresión. Comparte escenario con piezas hechas en llanura que, conjuntamente, nos explican la confusión, el doble sentido. La piel, material que los complementa.

El vacío simboliza la liberación. El desnudo, la vuelta a nuestra esencia, dominada por colores azules, grises, negro y blanco.

HÀLIT is a collection inspired on the situations that test people to their limits, where the feeling of choking takes us to the edge. He seeks to represent that catch in the throat that blocks our airways and overwhelms both mind and body and we have to stop to get our breaths back.

Tricot is definitely the star. Different textures thicknesses and volumes represent this oppressive feeling. They share protagonism with flat woven pieces and together they tell the story of the confusion, the double meaning. Leather is the material chosen to complement them.

The void symbolizes freedom; nudity the return to our essence. Blues, grays, black and white feature strongly.

Aldomartins

04/02/2016 - 12.30h

Marca comercial / commercial brand:
ALDOMARTINS

T. +34 938 054 042
www.aldomartins.com / aldomartins@aldomartins.com



Vent del nord ♦ Viento del norte ♦ *North Wind*

Un viatge imaginari a l'Amèrica de principis del segle passat, inspirat en els teixits tribals dels indis americans, amb referències d'antics uniformes militars i amb elements del vestir de la vella Europa.

Tot porta cap una atmosfera bohèmia i folklòrica a la vegada, que evoca un esperit lliure i salvatge.

Una col·lecció rica en color, dibuixos en jacquard i treball en les tècniques del punt.

Un viaje imaginario a la América de principios del siglo pasado, inspirado en los tejidos tribales de los indios americanos, con referencias de antiguos uniformes militares y con elementos del vestir de la vieja Europa.

Todo lleva hacia una atmósfera bohemia y folclórica a la vez que evoca un espíritu libre y salvaje.

Una colección rica en color, dibujos en jacquard y trabajo en las técnicas del punto.

An imaginary voyage to the Americas of the early part of the last century. Inspired by the tribal fabrics of the American Indians with esthetic references to military uniforms of the past and some of the elements of the wardrobe of the Europe of old.

Everything contributes to create a bohemian folkloric atmosphere whilst evocative of a wild free spirit.

A collection that is rich in color, jacquard designs and variety of knitwear styles.



Descubre el mundo con



Rockabilly Blue!

La passarel·la de BÓBOLI per a aquesta nova col·lecció d'hivern 2016 està inspirada en el pop anglès dels anys 80. Quadres vermells combinats amb colors foscos, tatxes i efectes metàl·lics en les peces de pell, estrips en els texans i estampats de calaveres.

Aquesta és la inspiració de BÓBOLI per vestir els nens d'una manera molt actual i moderna. Sense perdre l'essència de BÓBOLI, en aquesta passarel·la es presenta una de les posades en escena més transgressores de la marca.

La pasarela de BÓBOLI para esta nueva colección de invierno 2016 está inspirada en el pop inglés de los años 80. Cuadros rojos combinados con colores oscuros e incluso prendas de piel, tachuelas y efectos metálicos en las prendas, descosidos en los tejidos y estampados de calaveras.

Esta es la inspiración de BÓBOLI para vestir a los niños de una forma muy actual y moderna. Sin perder la esencia de BÓBOLI, en esta pasarela se presenta una de las puestas en escena más transgresoras de la marca.

This year BÓBOLI's fashion show for its new collection for winter 2016 is inspired on British pop of the 80s. Red checks combine with dark colors and even leather garments, tacks and metallic effects adorn the garments. Ripped jeans and skull prints.

This is BOBOLI's inspired way of dressing kids in a very now and modern style. In keeping with BOBOLI's essence the fashion show will be staged in one of the brand's most transgressive mise-en-scene.

CND by Còndor

05/02/2016 - 16h

Marca comercial / commercial brand:
CONDOR / CND Barcelona

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



Núvols de cotó ♦ Nubes de algodón ♦ Cotton clouds

Ens hem inspirat en els núvols senzills i nets que es mouen lentament pel cel i que quan els mires veus les formes més insòlites i boniques que et puguis imaginar. Els nostres nens s'estiren panxa enlaire i se'ls miren com si fossin una gran pantalla, gaudint de la natura i l'espectacle...

Colors terrosos i empolsats, i els nous marsala, nata, argila o arena.

Tweeds de llana, popelins de cotó, voiles, i peces amb pèl en d'abrics i jaquetes. Plomissols d'oca. Estampats bàtik. Tuls i estampats menuts amb peces de moltes capes per a les nenes.

Línia gentle boy, amb pantalons sastre i camises d'estil italià, peces de punt gruixudes en llana.

Col.lecció original, elegant i confortable. Disseny i fabricació a Catalunya.

Nos hemos inspirado en las nubes sencillas y limpias que se mueven lentamente por el cielo y que, al mirarlas, observas las formas más insólitas y bonitas que te puedas imaginar. Nuestros niños se tumban boca arriba y las contemplan como si fueran una gran pantalla, disfrutando del espectáculo...

Predominan los colores tierra y empolvados, y los nuevos marsala, nata, arcilla y arena.

Tweeds de lana, ponchos de algodón, voiles, piezas con piel en abrigos o chaquetas, plumones de oca y estampados batik.

Para las chicas, tules y piezas de muchas capas con pequeños estampados; para los chicos, la línea gentle boy, con pantalones sastre, camisas de estilo italiano y piezas de punto gruesas en lana.

La colección original, elegante y confortable, está diseñada y fabricada en Cataluña.

We were inspired by the simple clean clouds that drift lazily across the sky which when watched form the most beautiful and unusual shapes you can imagine. Our children flop down on the ground bellies up and peer up at the sky as if it were a giant screen, enjoying the nature of the spectacle...

Powdery earthy colors and new marsala, cream, clay or sand. Wool tweeds, cotton poplins, voiles and leather details for coats and jackets. Goose down. Batik prints. Tules and micro prints in multilayered pieces for the girls.

The gentle boy line, with tailored trousers and italian style shirts. Chunky knit wool pieces.

An original elegant and comfortable collection designed and made in catalonia.

Escorpion

02 / 02 / 2016 - 17.30h

Marca comercial / commercial brand:
ESCORPION

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

ESCORPION STUDIO BARCELONA

Ultramar ♦ Overseas

Ultramar: l'altre món més enllà
dels mars, Allò desconegut
i Allò somiat.

La realitat de l' altre, del món nou:
cares noves, usos diferents,
veus desconegudes.

La mescla pacífica entre
dos mons aliens i distants.
Separats pel mar i units per ell.

Ultramar: el otro mundo
más allá de los mares,
Lo desconocido y lo soñado.

La realidad del otro, del mundo
nuevo: caras nuevas, usos
distintos, voces desconocidas.

La mezcla pacífica entre dos
mundos ajenos y distantes.
Separados por el mar y
unidos por él.

*Overseas: The other world
beyond the seas.
The unknown and dreamt about.*

*The reality of the other, of the
new world: New faces, different
uses, unknown voices.*

*The peaceful mixing of two
distant between them alien
worlds. Both separated and
joined by the sea.*

Lupo Barcelona

04/02/2016 - 14h

Marca comercial / commercial brand:
LUPO BARCELONA

T. +34 934 555 940
www.lupobarcelona.com
carla.fdez-moreno@lupobarcelona.com



#LUPObyMERYL AW16

L'arquitectura de la ciutat de Barcelona és la protagonista de la col·lecció tardor-hivern 2016 de Lupo. Una col·lecció que neix de la dicotomia natura vs ciutat, i que es presenta com una història que comença en l'arquitectura modernista de Barcelona i que acaba convivint amb l'estètica més racional de la ciutat.

La paleta de color combina tons de la natura, com l'ocre, el caqui i el cru, amb colors urbans, com els blaus denim, l'albergínia i el rosa.

Mitjançant el joc amb patrons i textures, es reinventen els culottes, les faldilles mini i midi de la col·lecció anterior i s'incorporen maxiabrics, capes i peces elaborades amb teixits tècnics i pensades com a peces sport chic.

La arquitectura de la ciudad de Barcelona es la protagonista de la colección AW 2016 de Lupo. Una colección que nace de la dicotomía naturaleza vs. ciudad y que se presenta como una historia que empieza en la arquitectura modernista de Barcelona y que acaba conviviendo con la estética más racional de la ciudad.

La paleta de color combina tonos de la naturaleza, como el ocre, el caqui y el crudo con colores urbanos como los azul denim, el berenjena y el rosa.

Jugando con patrones y texturas, se reinventan los culottes, las faldas mini y midi de la colección anterior y se incorporan maxiabrigos, capas y piezas elaboradas con tejidos técnicos y pensadas para prendas Sport Chic.

The architecture of the city of Barcelona is the star of the AW 2016 Lupo collection. A collection born of the dichotomy of nature versus the city and presented as a story which begins in the modernist architecture of Barcelona and ends up complementing the most rationalist esthetic of the city.

The color palette combines natural hues like ochre, khaki and raw with urban colors like denim blue, aubergine and pink.

Playing with patterns and textures, the slip, mini and midi skirts from the previous collection are reinvented and overcoats, capes and garments worked in technical fabrics are incorporated for sporty chic use.

Lyle & Scott

03/02/2016 - 11h

Marca comercial / commercial brand:
LYLE & SCOTT

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



Una historia d'hivern per Lyle & Scott Una historia de invierno por Lyle & Scott *A Winter story by Lyle & Scott*

La col·lecció High Summer d'aquesta temporada té una estètica informal moderna.

Centrant-se principalment en imatges de Glastonbury 1970 i inspirant-se en el vibrant paisatge del festival, aquesta col·lecció contemporània té una paleta de colors apagada però brillant que captura l'esperit del festival britànic amb una sensació fresca i natural d'estiu.

La colección High Summer de esta temporada tiene una estética informal moderna.

Centrándose principalmente en imágenes de Glastonbury 1970 e inspirada en el vibrante paisaje del festival, esta colección contemporánea tiene una paleta de colores apagada pero brillante que captura el espíritu del festival británico con una sensación fresca i natural de verano.

This season's High Summer collection has a modern casual aesthetic.

Focusing primarily on images from Glastonbury 1970 and Inspired by the vibrant festival landscape, this contemporary collection has a hazy but bright color palette that encapsulates the British Festival with an effortlessly fresh summer feel.

Naulover

03/02/2016 - 12.30h

Dissenyador / diseñador / designer:
Carme Noguera

T. +34 934 877 318
www.naulover.com / naulover@naulover.com

Marca comercial / commercial brand:
NAULOVER

Naulover
1957

Graphic Garden

Els colors d'un jardí d'hivern, combinacions inesperades que barregen punt, seda, viscosa i raïó.

Estampats gràfics florals amb acabats tecno que mostren una naturalesa calidoscòpica.

Peces fluïdes que s'ajusten a la cintura. Siluetes naturals i orgàniques que contrasten amb els estampats digitals.

Los colores de un jardín de invierno, combinaciones inesperadas que mezclan punto, seda, viscosa y rayón.

Estampados gráficos florales con acabados tecno que muestran una naturaleza caleidoscópica.

Prendas fluidas que se ajustan a la cintura. Siluetas naturales y orgánicas que contrastan con los estampados digitales.

Winter garden colors. Unexpected combinations that mix knitwear, silk, viscose and rayon.

Graphic floral prints with tech finishes showing kaleidoscopic nature. Flowing garments gathered at the waist.

Natural organic lines that contrast with digital prints.

Punto Blanco

02 / 02 / 2016 - 12.30h

Marca comercial / commercial brand:
PUNTO BLANCO

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



Cinematic

La força de les imatges

El cinema una mirada mitjançant el desplaçament d'una càmera, una seqüència d'imatges en moviment que passen a una altíssima velocitat creant una il·lusió.

Ens convertim en espectadors d'un emocionant món ple de sensacions. Històries, de ficció, misteri, acció, intriga, aventura, ens captiven i ens submergeixen en un nou món.

Encantats en aquesta ocasió, també pel món imaginari de Warner Bros, de la seva atmosfera en la qual el vilà i l'heroi es barregen donant pas a una història única, amb un complex treball de sensacions i escenografies.

Realitat i ficció es barregen per sorprendre'ns i emocionar, fent-nos participants del que està per arribar....

La fuerza de las imágenes

El cine, una mirada mediante el desplazamiento de una cámara, una secuencia de imágenes en movimiento que se deslizan a una altísima velocidad creando una ilusión.

Nos convertimos en espectadores de un emocionante mundo lleno de sensaciones. Historias de ficción, misterio, acción, intriga, aventura, nos envuelven y nos hacen sumergir en un nuevo mundo.

Envueltos también en esta ocasión por el mundo imaginario de Warner Bros, de su atmósfera en la que el villano y el héroe se mezclan dando paso a una historia única con un complejo trabajo de sensaciones y escenografías.

Realidad y ficción se mezclan para sorprendernos y emocionar haciéndonos participantes de lo que está por llegar....

The power of images

The cinema: a vision created by the movement of a camera, a sequence of images in high speed movement creating an illusion.

We become spectators of an exciting world full of sensations. Stories, fiction, mystery, action, intrigue, adventure; they grip us and submerge us in a new world.

Gripped this time too by an imaginary Warner Bros world in an atmosphere where the villain and the hero interchange giving rise to a unique story with a complex interplay of feelings and scenifications.

Reality and fiction alternate to surprise and excite us, involving us in something yet to come...

Torras

04/02/2016 - 11h

Marca comercial / commercial brand:
TORRAS

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

"If you obey all the rules,
you miss all the fun"

Katharine Hepburn



 **TORRAS**

Rebel

Ser REBEL és una forma de vida, és ser tu mateix i decidir si vols, o no, anar a contracorrent. És viure sense pressions, sense disciplina. És ser divertit, és desobeir les lleis. És viatjar per la vida amb aire distingit sense voler ser distingit. És estar tan segur de tu mateix que no et cal explicar qui ets.

La col·lecció REBEL està enfocada a ser un mateix. Viatjar per la vida com una brisa; suau, subtil, elegant. Amb una presència pura, omplint espais, brillant...

Per això la col·lecció tardor hivern 16/17 busca aquesta essència, amb materials nobles, pells esponjoses, llanes toves que acullen detalls subtils. Colors neutres, colors de sempre buscant noves maneres de ser nosaltres mateixos. Una visió clàssica remasteritzada de TORRAS. El resultat és únic, tan únic com el nostre REBEL.

Ser REBELDE es una forma de vida, es ser tú mismo y decidir si quieres, o no, ir a contracorriente. Es vivir sin presiones, sin disciplina. Es ser divertido, es desobedecer las leyes. Es viajar por la vida con aire distinguido sin querer ser distinguido. Es estar tan seguro de tí mismo que no necesites explicar quién eres.

La colección REBELDE se enfoca en ser uno mismo. Viajar por la vida como una brisa; suave, sutil, elegante. Con una presencia pura, llenando espacios, brillante...

Por eso la colección otoño invierno 16/17 busca esta esencia, con materiales nobles, pieles esponjosas, lanas blandas que acogen detalles sutiles. Colores neutros, colores de siempre buscando nuevas maneras de ser nosotros mismos. Una visión clásica remasterizada de TORRAS. El resultado es único, tan único como nuestro REBELDE.

Being an REBEL is a way of life, of being yourself and deciding to go against the flow or not. It's about living without pressure, without discipline. It's being fun. It's disobeying the rules; it's going through life with a distinguished air without meaning to be distinguished. It's being so sure of yourself that there's no need to explain who you are...

The REBEL collection centers on being oneself. Going through life like a breeze; softly; subtly; elegantly. With pure presence, filling spaces, shining...

That's why the fall winter 16/17 collection seeks this essence, with noble materials, spongy leathers, soft wools that reveal subtle details. Neutral colors, colors that look for new ways of helping us be ourselves. A classical vision remastered by TORRAS. The result is unique, as unique as our REBEL.

W O M & N O W

Bloomsbury Road

El Bloomsbury de les arts,
de l'educació i de la medicina,
el Bloomsbury de Virginia Woolf
i de John Maynard Keynes,
el Bloomsbury del pensament
modern,
el que va influenciar per sempre
la literatura, l'estètica i l'economia
el que va forjar una nova actitud
davant la vida,
el Bloomsbury de la fe permanent
en la importància de l'art.

Passió pel femení i el nostàlgic,
motius orgànics per al dia
i per a la nit, quadre
escocès, Harris i tweed,
delicades sedes i càlides
llanes tricotades,
to sobre to basat en gammes
terroses com el tabac, cafè,
caldera i ocre,
abrics llargs, colls alts,
pantalons amples i vestits llargs,
un maximalisme controlat.

El Bloomsbury de las artes,
de la educación y de la medicina,
el Bloomsbury de Virginia Woolf
y de John Maynard Keynes,
el Bloomsbury del pensamiento
moderno, el que influenció para
siempre literatura, estética y
economía el que forjó una
nueva actitud ante la vida,
el Bloomsbury de la fe
permanente en la importancia
del arte.

Pasión por lo femenino y lo
nostálgico, motivos orgánicos
para el día y para la noche,
cuadros escoceses, harris y tweed,
delicadas sedas y cálidas lanas
tricotadas, tono sobre tono
basado en gamas terrosas
como tabaco, cafè, caldera y
ocre, abrigos largos, cuellos
altos, pantalones anchos y
vestidos largos,
un maximalismo controlado.

*The Bloomsbury of the arts, of
education and of medicine.
The Bloomsbury of Virginia
Woolf and of John Maynard
Keynes. The Bloomsbury of
modern thinking, which changed
literature economics and
aesthetics forever, which forged
a new attitude towards life.
The Bloomsbury of the unshakable
faith in the importance of art.*

*Passion for the feminine and
the nostalgic, organic motifs
for day and night,
welsh checks, harris and
other tweeds,
delicate silks and cozy knitted
wools, overlaid hues in earthy ran-
ges like tobacco, coffee,
burnt orange and ochre,
long coats, high necks, wide
pants and long dresses,
a controlled embellishment.*

Yerse

04/02/2016 - 16h

Director Creatiu / Creative director:

Lluís Generó

Marca comercial / commercial brand:

Yerse

T. +34 93 745 17 00

www.yerse.com

ingrid@yerse.com

Yerse

BARCELONA | SINCE 1964

Vegvísir

La col·lecció Yerse AW16-17 s'inspira en els horitzons d'Islàndia, on tot acaba i tot comença. Neix del blanc i dels seus matisos per perdre's en resplendors de colors vitals. Es deixa portar per la màgia de Vegvísir, el símbol viking que ens marca el camí i ens connecta amb l'essència d'un passat que segueix batejant, amb força, sota la pell.

Ens guia cap a universos habitats per dones que es mostren tal com són. Transparents. Sensuals. Valentes. Abridges per peces minimalistes que amaguen elements barrocs. Disseny lineal, contemporani, interpel·lat per detalls excessius. Teixits càlids que combinen caients suaus i gustosos amb altres de rugosos i crus. Elements naturals i sostenibles enllaçats amb teles tecnològiques.

Modernitat i tradició acompanyant a aquestes dones que caminen segures sense mirar enrere.

La colección Yerse AW16-17 se inspira en los horizontes de Islandia, donde todo acaba y todo empieza. Nace del blanco y sus matices para perderse en resplandores de colores vitales. Se deja llevar por la magia de Vegvísir, el símbolo vikingo que nos marca el camino y nos conecta con la esencia de un pasado que sigue latiendo, con fuerza, bajo la piel.

Nos guía hacia universos habitados por mujeres que se muestran tal como son. Transparentes. Sensuales. Valientes. Abridges por piezas minimalistas que esconden elementos barrocos. Diseños lineales, contemporáneos, interpelados por detalles excesivos. Tejidos cálidos que combinan caídas suaves y agradables con otras de rugosas y crudas. Elementos naturales y sostenibles enlazados con telas tecnológicas.

Modernidad y tradición acompañando a estas mujeres que andan seguras sin mirar atrás.

The Yerse FW16-17 collection is inspired on the horizons of Iceland, where everything begins and everything ends. It emerges from white to lose itself in the radiance of vibrant colors. It allows itself to get lost in the magic of Vegvísir, the Viking symbol that signals the path and connects us with the heart of a past which is still beating, strongly, beneath the skin.

It guides us towards universes inhabited by women who show themselves exactly as they are. Transparent. Sensual. Courageous. Robed by minimalist pieces that hide baroque elements. Lineal designs, modern, saved from excessive details. Warm fabrics that combine gentle pleasant falls with others more raw and rough. Sustainable natural materials intertwined with technological fabrics.

Modernity and tradition that accompanies these women who boldly walk on without a backward glance.



Lyle & Scott

EST 1874 SCOTLAND

<http://www.lyleandscott.eu/>

El Clúster Català de la Moda (Modacc) és una organització sense ànim de lucre, d'àmbit català, que integra a més de 120 empreses que desenvolupen la seva activitat entorn al negoci de la moda a Catalunya. La finalitat principal de l'entitat és fomentar la competitivitat d'aquestes empreses mitjançant la cooperació entre empreses i professionals, la promoció de serveis i iniciatives d'internacionalització, formació, investigació, desenvolupament i innovació, així com també qualsevol altra iniciativa orientada a la millora competitiva. Modacc té presència comercial als EEUU, Àsia, Escandinàvia i Sud-Amèrica.

Les 120 empreses que actualment formen part del clúster generen una facturació agregada de 1.500 milions d'euros, tenen presència comercial en més de 200 països i genera ocupació a més de 5.000 professionals.

Correus de contacte 080 Barcelona Fashion Showroom: sbarasoain@modacc.cat i ccapella@modacc.cat



El Clúster Catalán de la Moda (Modacc) es una organización sin ánimo de lucro, de ámbito catalán, que integra a más de 120 empresas que desarrollan su actividad en torno al negocio de la moda en Cataluña. La finalidad principal de la entidad es fomentar la competitividad de estas empresas 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. Modacc tiene presencia comercial en USA, Asia, Escandinavia y Sudamérica.

Las 120 empresas que actualmente forman parte de clúster generan una facturación agregada de 1.500 millones de euros, tienen presencia comercial en más de 200 países y ocupan a más de 5.000 profesionales.

Correos de contacto 080 Barcelona Fashion Showroom: sbarasoain@modacc.cat y ccapella@modacc.cat.



Modacc is a non-profit organization, which includes more than 120 companies working around the fashion industry in Catalonia. The main purpose of the organization is to promote the competitiveness of these enterprises through cooperation between companies and professionals, promoting internationalization services and initiatives, training, research, development and innovation, as well as any other competitive improvement oriented initiative. Modacc have commercial presence in USA, Asia, Scandinavia and South America.

The 120 companies that are currently part of the cluster generate an aggregate 1,500 million € turnover, have commercial presence in more than 200 countries and are employing over 5,000 professionals

Contact mails 080 Barcelona Fashion Showroom: sbarasoain@modacc.cat and ccapella@modacc.cat



080 Barcelona Fashion Showroom

El Clúster Català de la Moda (Modacc), en col·laboració amb el Govern de la Generalitat de Catalunya organitzem el 080 Barcelona Fashion Showroom dins de la setmana de la moda de Barcelona, entre els dies 1 i 5 de febrer de 2016 a Barcelona.

La 080 Barcelona Fashion és una passarel·la de referència internacional que presenta, cada temporada, les col·leccions de més de 30 marques i dissenyadors de Catalunya. Cada edició compta amb la participació de més de 40.000 professionals del sector i 500 mitjans de comunicació acreditats de tot el món. La pròxima edició de febrer 2016, on es presentaran les col·leccions de tardor – hivern 2016/7, incorpora com a novetat un Showroom efímer, on es podran conèixer les col·leccions de les marques que desfilen a la 080 Barcelona Fashion, juntament amb altres col·leccions de marques catalanes de prestigi. En total 25 marques catalanes participaran en aquest esdeveniment.

És voluntat del 080 Barcelona Showroom convidar a compradors, agents i/o distribuïdors de prestigi de tot el món a conèixer la 080 Barcelona Fashion i el 080 Barcelona Fashion Showroom, amb la voluntat de mostrar la creativitat i solvència empresarial de les marques catalanes i estimular així les relacions comercials entre marques i socis internacionals.



El Clúster Catalán de la Moda (Modacc), en colaboración con el Gobierno de la Generalitat de Catalunya organizamos el 080 Barcelona Fashion Showroom dentro de la semana de la moda de Barcelona entre los días 1 y 5 de Febrero de 2016 en Barcelona.

La 080 Barcelona Fashion es una pasarela de referencia internacional que presenta, cada temporada, las colecciones de más de 30 marcas y diseñadores de Cataluña. En cada edición cuenta con la participación de más de 40.000 profesionales del sector y 500 medios de comunicación acreditados de todo el mundo. La próxima edición de febrero 2016, en la cual se presentarán las colecciones de Otoño – Invierno 2016/7, incorpora como novedad un showroom efímero en el que se podrán conocer las colecciones de las marcas que desfilan en la 080 Barcelona Fashion, así como también otras colecciones de marcas catalanas de prestigio. En total 25 marcas catalanas participarán en este evento.

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



The Clúster Català de la Moda (Modacc), in collaboration with the Government of Catalonia, will organize the 080 Barcelona Fashion Showroom during the next 080 Barcelona Fashion Week (www.080barcelonafashion.cat) which will be held between the 1st and the 5th of February 2016.

080 Barcelona Fashion is an international runway show which presents, each season, collections of more than 30 brands and designers from Catalonia. More than 40,000 professionals and 500 accredited media from around the world participate in each edition. Next edition, Fall – Winter 2016/17, will be held on February 2016. During this week we'll also set up temporary showrooms showing the brands participating in the 080 Barcelona Fashion as well as other collections from prestigious Catalan brands. In total 25 Catalan brands will participate in this event.

It is 080 Barcelona Showroom aim to invite buyers, agents and / or distributors of great prestige from around the world to experience the 080 Barcelona Fashion and the 080 Barcelona Fashion Showroom. We are looking forward to show the creativity and business solvency of those Catalan brands and thus stimulate trade relations between brands and international partners.



Les marques participants al showroom són:
Las marcas participantes en el showroom son:
Participating brands are:

CARLOMAGNO, Massana Barcelona, escorpion, REFERENDUM, Reset Priority, STJOR, GUASCH BARCELONA, Textil Eltex, SURKANA, YERSE, maria veras, BCN Brand, RED POINT, CND by Cóndor, DO IT ORIGINAL, NAUOVER, TORRAS, WOM & NOW, guitare, Edgar Carrascal, Teresa Lopera, Punto Blanco



Modafad Fashion Awards

40a Edició de MODAFAD, la passarel·la de Dissenyadors de moda Emergents, presenta el divendres 5 de Gener, a les 18h, la col·lecció de Enric Martí (Guanyador de l'última edició dels Premis MODAFAD 2015), i Samuel Alarcón (Menció Especial Modafad Fashion Awards 2015).

Dept. de premsa del FAD:
prensa@fad.cat
MODAFAD / FAD – Foment
de les Arts i el Disseny
www.modafad.org

#modadfashionawards
#thebestfashiondesigners
@ModafadBarcelona

40ª Edición de MODAFAD, la pasarela de Diseñadores de moda Emergentes, presenta el viernes 5 Febrero, a las 18h, la colección de Enric Martí (Ganador del Premio al Mejor Diseñador Modafad Fashion Awards 2015), y Samuel Alarcón (Ganador Mención Especial Modafad Fashion Awards 2015)

Dep. de premsa del FAD:
prensa@fad.cat
MODAFAD / FAD – Foment
de les Arts i el Disseny
www.modafad.org

#modadfashionawards
#thebestfashiondesigners
@ModafadBarcelona

40th Edition of MODAFAD, the catwalk of fashion emerging designers, presents on Friday February 5th at 18h, the collection of Enric Martí (winner of the last edition of the MODAFAD Fashion Awards 2015), and Samuel Alarcón (Finalist Modafad Fashion Awards 2015)

Press Dpt FAD:
prensa@fad.cat
MODAFAD / FAD – Foment
de les Arts i el Disseny
www.modafad.org

#modadfashionawards
#thebestfashiondesigners
@ModafadBarcelona

modelmanagement.com's

FRESH FACES \ GRAN FINAL MUNDIAL

El concurso de modelos más emocionante del mundo!

Photo by Jordi Blancafort - www.jblancafort.com



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

www.ccam.cat
ccam@gencat.cat

Producció, Direcció artística i Càsting:
ESMA Proyectos

Prensa Nacional, RRPP i Patrocinis:
Equipo Singular

Prensa Internacional:
XXL Comunicación

Disseny i maquetació:
Eva Anguita

Impressió:
Dilograf, SL

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

1a edició
500 exemplars
Barcelona, gener de 2016

Dipòsit Legal
B. 2491-2013

ISSN: 2014-3710

◆ o8obarcelonafashion.cat ◆



Generalitat
de Catalunya