



080

BARCELONA
F A S H I O N
AUTUMN - WINTER
2013 - 2014



080barcelonafashion.cat
facebook.com/080BcnFashion
twitter.com/080_bcn_fashion



Generalitat
de Catalunya



BARCELONA
F A S H I O N
AUTUMN - WINTER
2013 - 2014



Generalitat
de Catalunya

PRESENTACIÓ



Benvinguts al **080 Barcelona Fashion**:

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

Una mostra que va des de les propostes dels nostres dissenyadors més novells, fins a les empreses líders a casa nostra i al món.

Un esforç de convergència creativa i de força empresarial, resumida i condensada en cada una de les desfilades, i en totes i cada una de les exposicions.

Aquest **080 Barcelona Fashion** continua el seu camí de posar en valor l'enorme talent creatiu que la nostra nació, Catalunya, té, de la mà de totes i cada una de les persones que hi treballen, que aboquen el seu talent en aquest projecte col·lectiu.

Per altra banda, és un objectiu del govern de Catalunya ajudar a fer que el sector del tèxtil i de la moda tinguin el màxim ressò i projecció internacional i, que cada un dels dissenyadors i empreses pugui obtenir la màxima força venedora.

Els 15 dissenyadors i les 13 empreses aquí presents donen feina ni més ni menys que a 15.000 persones de forma directa a casa nostra, signifiquen una ocupació indirecta de 30.000 persones i representen una facturació conjunta de 2.500 milions d'euros.

Menció especial mereix el treball que es porta a terme amb les escoles de disseny i moda de Catalunya. Una mostra d'aquest treball és el fet que la darrera edició del 080 Design Contest ha tingut 71 propostes. Sensacional!

En la mateixa línia de treball s'emmarca la col·laboració amb el món universitari, de la mà de la tasca que alumnes de la Facultat de Comunicació Blanquerna portaran a terme en aquest **080 Barcelona Fashion**.

Estic convençut que aquesta onzena edició serà novament un èxit. Conec l'esforç i la il·lusió que tots els participants han posat en la seva preparació i que estan posant en la seva realització i els encoratjo a tots a superar aquests reptes.

Gràcies, benvinguts de nou, i fins al juliol vinent!

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



PRESENTACIÓN

Bienvenidos al **080 Barcelona Fashion**:

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

Una muestra que va desde las propuestas de nuestros diseñadores más noveles, hasta las empresas líderes en nuestro país y en el mundo.

Un esfuerzo de convergencia creativa y de fuerza empresarial, resumida y condensada en cada uno de los desfiles, y en todas y cada una de las exposiciones.

Este **080 Barcelona Fashion** continúa su camino para dar valor al enorme talento creativo que nuestra nación, Cataluña, tiene, de la mano de todas y cada una de las personas que en él trabajan, que vierten su talento en este proyecto colectivo.

Por otro lado, es un objetivo del gobierno de Cataluña ayudar a que el sector del textil y de la moda tengan la máxima repercusión y proyección internacional y, que cada uno de los diseñadores y empresas pueda conseguir la máxima fuerza vendedora.

Los 15 diseñadores y las 13 empresas aquí presentes, dan trabajo ni más ni menos que a 15.000 personas de forma directa en nuestro país, significan una ocupación indirecta de 30.000 personas y representan una facturación conjunta de 2.500 millones de euros.

Mención especial merece el trabajo que se lleva a cabo en las escuelas de diseño y de moda de Cataluña. ¡Una muestra de este trabajo es el hecho que la última edición del 080 Design Contest haya tenido 71 propuestas!. ¡Sensacional!.

En la misma línea de trabajo se enmarca la colaboración con el mundo universitario, de la mano de la labor que alumnos de la Facultad de Comunicació Blanquerna, llevarán a cabo en este **080 Barcelona Fashion**.

Estoy convencido que esta onceava edición será nuevamente un éxito. Conozco el esfuerzo y la ilusión que todos los participantes han puesto en su preparación y están poniendo en su realización y los animo a todos a superar estos retos.

¡Gracias, bienvenidos de nuevo y, hasta el próximo julio!

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



PRESENTATION

Welcome to **080 Barcelona Fashion**:

The capital of Catalonia is to host a broad and varied proposal from the world of fashion and creation.

A showcase for designs stretching from those of our newest designers to those of leading companies here at home and in the world.

An endeavor of creative and industrial convergence summarized and condensed in each and every presentation on the catwalk, in every one of the exhibitions.

*This **080 Barcelona Fashion** continues on the path of highlighting the enormous creative talent that our nation, Catalonia, has. Each and every one of the people working on it has invested their talent in this collective project.*

At the same time it is the aim of the government of Catalonia to help the textile and fashion industry to have maximum media coverage and international projection so that every designer and company can realize their full sales potential.

The 15 designers and the 13 companies give work to no less than 15.000 people directly here at home, 30.000 more people indirectly and have a combined turnover of 2.500 million euros.

The work carried out by the design and fashion schools of Barcelona deserves special mention, proof of which can be seen in the fact that there were 71 entries for the latest 080 Design Contest!. Sensational.

*Collaboration with the universities can be seen in the work carried out at this **080 Barcelona Fashion** by students from the communication faculty of Blanquerna University.*

I am sure this 11th edition will once again be a success. I know how much effort and enthusiasm all the participants have put into their preparation and are putting into the realization and I encourage you all to rise to the challenges.

Thank you. Welcome once again and see you next July!

Felip Puig Godes
Minister of Enterprise and Labour
Government of Catalonia



PRESENTACIÓ



Arriba una nova edició del **080 Barcelona Fashion**. La celebrarem en un recinte singular que s'incorpora de cap i de nou a l'oferta dels grans espais barcelonins.

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

A partir d'aquesta edició, el **080 Barcelona Fashion** agruparà tota la proposta creativa del món de la moda sota un mateix sostre i en les mateixes dates. Serà la primera ocasió en què coincidiran els professionals del sector, els alumnes de les escoles de disseny i de moda i el món universitari. En definitiva, el 080 esdevindrà un punt de trobada per a tothom que se sent implicat amb la moda i el disseny.

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

En aquesta edició i, ubicada en el segon pis de l'edifici, disposem també d'una sala d'exposicions (showroom) i pop-up store que ens mostren tant els dissenys de roba com de complements del vestir, així com una magnífica representació d'artesans amb les seves creacions al servei del disseny i de la moda.

Us convido a gaudir d'aquesta onzena edició del **080 Barcelona Fashion**, i passejar per les diverses àrees, a visitar-ne les diferents exposicions i a viure-hi intensament la moda.

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

Desitjo que aquesta onzena edició del **080 Barcelona Fashion** us sigui profitosa i gratificant, i us convido, ja des d'ara, a retrobar-nos en la dotzena edició que se celebrarà el proper mes de juliol de 2013.

Josep Maria Recasens
Director General de Comerç
Generalitat de Catalunya



PRESENTACIÓN

Llega una nueva edición del **080 Barcelona Fashion**. La celebraremos en un recinto singular que se incorpora, desde su inicio, a la oferta de los grandes espacios barceloneses.

Durante cuatro días, el DHUB de Barcelona, el emblemático edificio de la plaza de les Glòries, abrirá por primera vez las puertas a la ciudad, para acoger lo mejor del diseño en el campo de la moda, en una superficie de aproximadamente 6.000 m².

A partir de esta edición, el **080 Barcelona Fashion** agrupará toda la propuesta creativa del mundo de la moda bajo un mismo techo y en las mismas fechas. Será la primera ocasión en que coincidirán los profesionales del sector, los alumnos de las escuelas de diseño y de moda y el mundo universitario. En definitiva, el 080 se convertirá en un punto de encuentro para todo aquel que se sienta implicado en la moda y el diseño.

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

En esta edición, y ubicados en el segundo piso del edificio, disponemos también de una sala de exposiciones (show-room) y pop-up store que nos muestran tanto los diseños de ropa como de complementos de vestir, así como una magnífica representación de artesanos con sus nuevas creaciones al servicio del diseño y de la moda.

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

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

Deseo que esta onceava edición del **080 Barcelona Fashion** os sea provechosa y gratificante, y os emplazo, ya desde ahora, a reencontrarnos en la doceava edición que se celebrará el próximo mes de julio de 2013.

Josep Maria Recasens
Director General de Comercio
Generalitat de Catalunya



PRESENTATION

*A new edition of **080 Barcelona Fashion** has arrived. It will be held in a unique space which forms part of, from the very start, the large public precincts in Barcelona.*

Over the course of four days, the DHUB building in Barcelona, the emblematic building in Glòries Square will open its doors to the city for the first time, to house the best in design in the field of fashion which will take up around 6.000m².

*As from this edition, **080 Barcelona Fashion** will gather all of the creativity on offer from the fashion world under one roof and on the same dates. It will be the first time that professionals from the sector, students from the design and fashion schools and universities will meet. Most assuredly, 080 will become a meeting point for everyone who feels involved in fashion and design.*

From the General Management of Commerce, through the Consortium of Commerce, Crafts and Fashion, we make an effort edition after edition, to give maximum support to and maximum exposure to the fashion industry.

In this edition, situated on the second floor of the building, there is also a showroom and a pop-up store which show the garment designs and fashion accessories as well as a magnificent representation of craftsmen with their new creations in service to design and fashion.

*We invite you to enjoy this the 11th edition of **080 Barcelona Fashion** and to walk through the different areas to visit the numerous exhibitions and to live fashion intensely.*

*Catalonia has magnificent creators in all disciplines and very especially in the world of fashion. This edition is a very good reflection of the vitality and quality of this sector in our country. For this reason, **080 Barcelona Fashion** is a present bid with a will to building the future.*

*I hope this 11th edition of **080 Barcelona Fashion** will be beneficial and pleasurable for you and I encourage you right now, to meet once again at the 12th edition to be held in July 2013.*

Josep Maria Recasens
General Director of Trade
Government of Catalonia



“LA CIUTAT 080 BARCELONA FASHION”

Benvinguts a aquesta nova edició de la **Ciutat 080 Barcelona Fashion**, una edició en què, més que en cap altra, podem parlar de la ciutat de la moda i de la creació.

Al llarg d'aquests quatre dies, volem mostrar i oferir a la ciutat, al món, la riquesa creativa concentrada a la capital de Catalunya.

Volem mostrar el talent dels nostres dissenyadors, el treball de les escoles del sector, la força del nostre teixit industrial, la diversitat de l'oferta. Tot això sota un mateix projecte, la **ciutat 080 Barcelona Fashion**.

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

El **080 Barcelona Fashion** s'ha fixat quatre grans objectius:

- Ajudar els dissenyadors i les empreses en la seva projecció internacional, així com a contribuir a donar la màxima força venedora al sector.
- Contribuir a la visualització del potencial formatiu de Catalunya en el camp del disseny i de la moda.
- Crear sinergies i complicitat entre el món del disseny i el de la producció.
- Convertir el 080 en el lloc de trobada de tots els professionals del sector.

En aquesta edició, el 080 Barcelona Fashion renova la seva aposta digital, una nova web, un nou bloc, el 080 TV Channel. En definitiva, la xarxa com a vehicle de difusió de tot el talent creatiu de Catalunya.

El programa ofereix un total de 28 dissenyadors i marques sobre la passarel·la, quatre magnífiques exposicions, la presentació d'un llibre, la d'una nova revista, la presentació i el naixement d'una nova iniciativa empresarial, l'homenatge a Andrés Sardà i la presentació del ModaFAD.

Així mateix i per primera vegada, tindrà lloc el **080 Barcelona Fashion Summit**, la primera trobada professional empresarial que se celebrarà a casa nostra per tal de parlar i de debatre sobre el món de la moda.

Bé, en resum, creiem que aquesta nova edició serà, un cop més, aquest punt de trobada de tot el sector i el focus difusor de totes les energies positives que el món de la creació transmet sempre.

En nom de tot l'equip, del magnífic equip del 080 Barcelona Fashion que tinc la satisfacció de dirigir, us dono la benvinguda i les gràcies per la vostra presència, i espero poder-vos trobar de nou en la propera edició del mes de juliol.

Gràcies!

Miquel Rodríguez
Gerent del Consorci
de Comerç, Artesania i Moda
Generalitat de Catalunya



“LA CIUDAD 080 BARCELONA FASHION”

Bienvenidos a esta nueva edición de la “Ciudad 080 Barcelona Fashion”, una edición en la que más que en cualquier otra, podemos hablar de la ciudad de la moda y de la creación.

A lo largo de estos cuatro días queremos mostrar y ofrecer a la ciudad, al mundo, la riqueza creativa concentrada en la capital de Cataluña.

Queremos mostrar el talento de nuestros diseñadores, el trabajo de las escuelas del sector, la fuerza de nuestro tejido industrial, la diversidad de la oferta. Todo ello bajo un mismo proyecto, la ciudad 080 Barcelona Fashion.

La creatividad y la innovación son los conceptos que inspiran siempre el 080 Barcelona Fashion sin olvidar en ningún momento la importancia del mercado y la voluntad de dar salida internacional a nuestros diseñadores y a nuestras empresas.

El 080 Barcelona Fashion se ha fijado cuatro grandes objetivos:

- Ayudar a los diseñadores y a las empresas en su nueva proyección internacional, así como contribuir a dar la máxima fuerza vendedora al sector.
- Contribuir a la visualización del potencial formativo de Cataluña en el campo del diseño y de la moda.
- Crear sinergias y complicidad entre el mundo del diseño y de la producción.
- Convertir el 080 en el lugar de encuentro de todos los profesionales del sector.

En esta edición, el 080 Barcelona Fashion renueva su apuesta digital, una nueva web, un nuevo blog, el 080 TV Channel. En definitiva la red como vehículo de difusión de todo el talento creativo de Cataluña.

El programa ofrece un total de 28 diseñadores y marcas sobre la pasarela, cuatro magníficas exposiciones, la presentación de un libro, la de una nueva revista, la presentación y el nacimiento de una nueva iniciativa empresarial, el homenaje a Andrés Sardà, la presentación del ModaFAD.

Asimismo y por primera vez, tendrá lugar el 080 Barcelona Fashion Summit, primer encuentro empresarial que se celebra en nuestro país, para hablar y debatir del mundo de la moda.

Bien, en resumen, creemos que esta nueva edición será, una vez más, el punto de encuentro de todo el sector y el foco difusor de todas las energías positivas que siempre transmite el mundo de la creación.

En nombre de todo el equipo, del magnífico equipo del 080 Barcelona Fashion, que tengo la satisfacción de dirigir, les doy la bienvenida y las gracias por su presencia y espero encontrarlos de nuevo en la próxima edición del mes de julio.

¡Gracias!

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



“080 BARCELONA FASHION CITY”

Welcome to this new edition of the “080 Barcelona Fashion City”, an edition in which, more than in any other edition, we can really speak about the city of fashion and creation.

Over the next four days, we want to show and indeed, make available to the city and the world, the collective creative wealth of the capital of Catalonia.

We want to show the talent of our designers, the work being done by the schools in the sector, the strength of our industrial complex, the variety on offer, all within the same project, 080 Barcelona Fashion city.

Creativity and innovation are the always the inspiring concepts behind 080 Barcelona Fashion, without ever forgetting the importance of the market and the will to provide our designers and companies international exposure.

080 Barcelona Fashion has set itself four primary objectives:

- Help designers and companies to project themselves internationally, as well as potentiating as much as possible the sales capacity of the sector.
- Contribute to the visualization of the educational potential of Catalonia in the design and fashion fields.
- Create synergies and complicity between the worlds of design and production.
- Make 080 into the meeting point for all professionals in the sector.

This edition of 080 Barcelona Fashion renews its digital endeavors: a new web page, a new blog, the 080 TV channel, the network as the definitive vehicle for the broadcasting of all the creative talent of Catalonia.

The program includes a total of 28 designers and brands on the catwalk, four magnificent exhibitions, the presentation of a book, a new magazine, the presentation and birth of a new entrepreneurial initiative, homage to Andrés Sardà and the presentation of ModaFAD.

In the same vein and for the first time, the 080 Barcelona Fashion Summit, the first professional business gathering to be held here at home with the aim of discussing and debating the world of fashion.

So, to sum up, we believe that this new edition will be, once again, the meeting point for the whole sector and the point from which to disseminate all the positive energy that the creative world always generates.

In the name of the whole team, the magnificent team of 080 Barcelona fashion I have the satisfaction of leading, I welcome you all, I thank you all for coming and I hope to see you all again at the next edition in the month of July.

Thank you.

Miquel Rodríguez
General Manager of Consortium
of Trade, Crafts and Fashion
Government of Catalonia



ÍNDEX / ÍNDICE / INDEX

14 Programa desfilades / Programa desfiles / *Fashion shows program*

16 080 Design Contest

18 Exposiciones / Exposicions / *Exhibitions*

31 Presentacions / Presentaciones / *Presentations*

35 Little Barcelona

39 Barcelona Fashion Summit

53 Edifici DHUB

59 Dissenyadors i marques / Diseñadores y marcas / Designers & Brands

60 ALEXIS REYNA

62 BRAIN&BEAST

64 CELIA VELA

66 JAN IÚ MÉS for
PUNTO BLANCO

68 JOSEP ABRIL

70 JUAN PEDRO LOPEZ

72 JUSTICIA RUANO

74 KATARINA GREY

76 MANUEL BOLAÑO

78 MARTINEZ LIERAH

80 MIRIAM PONSÀ

82 SCHIPPER / ARQUES

86 SUR

88 WHO

90 ZAZO & BRULL

92 ALDOMARTINS

94 BÓBOLI

96 CÓNDOR

98 CUSTO BARCELONA

100 DESIGUAL

102 ESCORPION

104 JAVIER SIMORRA

106 NAUOVER

108 MANGO

110 SLAZENGER

112 TCN

114 TORRAS

116 YERSE

119 Homenatge al creador / Homenaje al creador / A homage to the creator **Andrés Sardà**

122 MODAFAD

125 Brand Business Shopping: Pop-Up Stores / Showroom FERO, Fundación de Investigación Oncológica

133 Marxandatge / Merchandising

137 Patrocinadors / Patrocinadores / Sponsors



PROGRAMA DESFILADES
PROGRAMA DESFILES
FASHION SHOWS PROGRAM



PROGRAMA / PROGRAMA / PROGRAM

DESFILEDES / DESFILES / FASHION SHOWS

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

28 / 01 / 2013

Horari / Horario / Timetable:

Village: 17,30h - 21,00h

20,30h

MANGO

cocktail *



29 / 01 / 2013

Horari / Horario / Timetable:

Village: 10,00h - 21,00h

Brand Business Shopping: 10,30h - 20,30h

10,30h

SUR

11,30h

JUSTICIA RUANO

12,30h

BRAIN&BEAST

13,30h

TCN

cocktail *

16,00h

MANUEL BOLAÑO

17,00h

JOSEP ABRIL

18,00h

CELIA VELA

20,30h

DESIGUAL

cocktail *



30 / 01 / 2013

Horari / Horario / Timetable:

Village: 09,30h - 21,00h

Brand Business Shopping: 10,30h - 20,30h

11,00h

KATARINA GREY

12,00h

**JAN IÚ MÉS
for PUNTO BLANCO**

13,00h

WHO

16,00h

MIRIAM PONSÀ

17,00h

ALEXIS REYNA

18,00h

ZAZO & BRULL

19,00h

JUAN PEDRO LOPEZ

20,00h

SCHIPPER / ARQUES

21,00h

CUSTO BARCELONA

cocktail *



31 / 01 / 2013

Horari / Horario / Timetable:

Village: 10,00h - 21,00h

Brand Business Shopping: 10,30h - 20,30h

10,30h

BÓBOLI / CÓNDOR

11,30h

**TORRAS / NAULOVER
SLAZENGER**

12,30h

JAVIER SIMORRA

13,30h

ESCORPION

15,30h

ALDOMARTINS

16,30h

YERSE

18,00h

ANDRÉS SARDÀ

Homenatge / Homenaje / A homage

19,00h

MARTINEZ LIERAH

Lliurament de premis

Entrega de premios

Awards ceremony

21,00h

MODAFAD





080 DESIGN CONTEST



080 DESIGN CONTEST

29-30-31 / 01 / 2013

Tot el dia / Todo el día / All day

Lloc / Lugar / Place: Edifici DHUB

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

En aquesta tercera edició, se selecciona un article per vestir el coll que es posarà a la venda a partir de la propera edició del 080 Barcelona Fashion, el mes de juliol de 2013.

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

- IDEP, Institut Superior de Disseny i Escola de la Imatge
- Escola Superior de Disseny i Moda de Barcelona Felicidad Duce
- ESDI, Escola Superior de Disseny
- ICM, Institut Català de la Moda
- IED, Istituto Europeo di Design
- Escola de la Dona
- Elisava Escola Superior de Disseny
- BAU, Escola Superior de Disseny

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

En esta tercera edición, se selecciona un artículo para vestir el cuello que se pondrá en venta a partir de la próxima edición de la 080 Barcelona Fashion, el mes de Julio de 2013.

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

- IDEP, Institut Superior de Disseny i Escola de la Imatge
- Escola Superior de Disseny i Moda de Barcelona Felicidad Duce
- ESDI, Escola Superior de Disseny
- ICM, Institut Català de la Moda
- IED, Istituto Europeo di Design
- Escola de la Dona
- Elisava Escola Superior de Disseny
- BAU, Escola Superior de Disseny



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

In this third edition, the article to be designed is a piece to dress the neck. The winning design will be on sale as from the next edition of 080 Barcelona Fashion that will take place in July 2013.

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

- IDEP, Institut Superior de Disseny i Escola de la Imatge
- Escola Superior de Disseny i Moda de Barcelona Felicidad Duce
- ESDI, Escola Superior de Disseny
- ICM, Institut Català de la Moda
- IED, Istituto Europeo di Design
- Escola de la Dona
- Elisava Escola Superior de Disseny
- BAU, Escola Superior de Disseny





EXPOSICIONS
EXPOSICIONES
EXHIBITIONS



EXPOSICIONS / EXPOSICIONES / EXHIBITIONS

“A PIECE OF HAIRDRESSING HISTORY BY RAFFEL PAGES”

29 / 01 / 2013, 13h Inauguració / Inauguración / Inauguration

30 - 31 / 01 / 2013, Tot el dia / Todo el día / All day

Lloc / Lugar / Place: Open Area

**“A piece of hairdressing history”
és una mostra expositiva de
peces procedents del Museu
de la Perruqueria Raffel Pages.**

Nascut d'una família de perruquers, entre ruls, laca i tisores, Raffel Pages afirma que mai va agradar-li la perruqueria com a ofici, però que va ser el seu pare, perruquer des de 1925, qui el va introduir en aquest món: “tot i negar-m'hi, el meu pare em va iniciar en l'ofici i per lligar-m'hi va muntar un saló. Arran d'això, em va arribar la gran oportunitat que sempre vaig esperar”. Rosy Carita, de Carita de París, la millor perruqueria mundial als anys 60, es va fixar en ell i li va oferir una estada al seu costat. Allà, en aquell París del glamur, en aquell saló, es va formar la seva ànima d'artista i de creador, teòricament, filosòficament i emocionalment.

En tornar de París, el 1975 va inaugurar el seu primer saló a Barcelona, al barri de Sarrià, al carrer Reina de la Elisenda, número 16. Aquest va ser l'inici d'una expansió que sempre ha anat a l'alça i que va seguir amb l'obertura de 6 salons més. A causa de l'èxit d'aquest primer saló, va ser reclamat per shootings de publicitat i de revistes de moda, i en aquests mateixos anys

va començar a ser reclamat per empreses, grups, gremis i famílies professionals italianes, amb qui va col·laborar a títol personal en no menys de 200 ocasions en 10 anys.

Amb tot, la primera firma mundial de productes de perruqueria, L'Oréal París, el va fitxar per a la presentació de les seves col·leccions per tot el món i es va erigir, així, com a ambaixador d'aquesta firma, a la qual se sent tan lligat emocionalment i de la qual diu que en porta l'ADN a la sang.

Però va ser durant l'any olímpic, a la Barcelona del 1992, quan va engegar el seu gran projecte i la veritable llavor de l'expansió d'aquesta firma: l'Institut de Perfeccionament Raffel Pages, centre que es va crear per a la formació exclusiva dels seus col·laboradors i que, actualment, està obert a qualsevol professional. Per a Raffel Pages, la formació és un dels punts més importants en què s'ha de basar la manera de viure: “Cal aprendre durant tota la vida, jo encara estic aprenent i ho continuaré fent fins a la fi dels meus dies”.

A partir d'aquest moment, comença a créixer la història de la marca fins a aconseguir

83 salons a Espanya i presència internacional amb 2 salons a París (França), fins a convertir-se en una de les deu grans firmes de perruqueria mundial, amb els seus propis conceptes, estils i tendències, diferenciadores de la resta de marques.

D'altra banda, l'amor per l'art i les antiguitats han portat Raffel Pages a treballar, durant més de 40 anys, en la seva col·lecció de peces relacionades amb el món de la perruqueria, que s'exhibeixen al seu Museu de la Història de la Perruqueria Raffel Pages, número 1 al món, i que té com a objectiu primordial la recuperació de la història de la perruqueria com a base fonamental per poder entendre-la íntegrament. És, doncs, una manera d'entendre el present i d'afrontar el futur d'aquesta professió, a través de més de 7000 objectes, buscats, aconseguits, recollits, classificats i catalogats per què els professionals i els amants de la història en puguin gaudir.

El passat 2010 es va celebrar, al Museu Diocesà de Barcelona, l'exposició “Art Coiffure”, que va reunir unes 400 peces d'aquesta col·lecció i que va gaudir de gran èxit i impacte mediàtic, amb el reconeixement del valor artístic



**A PIECE OF
HAIRDRESSING
HISTORY BY
RAFFEL
PAGES**

EXPOSICIONS / EXPOSICIONES / EXHIBITIONS

“A PIECE OF HAIRDRESSING HISTORY BY RAFFEL PAGES”

i cultural del museu. “Encara hi ha un gran desconeixement de la història de la meva professió i falten moltes coses per descobrir-ne; jo tinc el deure de fer-ho”, afirma Raffel Pages.

Durant el 2012 i aquest any que tot just iniciem, la col·lecció privada Raffel Pages ha visitat altres institucions culturals, on ha participat amb la cessió de peces i amb l'organització d'exposicions col·lectives. És el cas de la Filmoteca de Catalunya, amb l'exposició “El film a l'agulla. Moda i Cinema”; el Museu d'Arqueologia de Catalunya amb la mostra “Històries de tocador, cosmètica i bellesa a l'antiguitat”; una mostra fotogràfica de la col·lecció a Istanbul, Turquia, i una futura exposició sobre la història de la bellesa, organitzada conjuntament amb el Museu de l'Evolució humana d'Atapuerca.

En aquesta ocasió, “A piece of hairdressing history, by Raffel Pages”, en el marc incomparable de la 080 Barcelona Fashion Week, podreu descobrir una pinzellada de la història de l'ofici de la perruqueria i algunes anècdotes sorprenents, a través de peces curioses, com antics assecadors de casc, enrevessats aparells de permanent per arrissar cabelleres, pintes de tota mena i procedència, estranyes perruques del s. XVII... Un seguit d'objectes que ens resultaran curiosos alhora que quotidians, i que posaran de manifest la unió indissoluble entre moda i perruqueria.



“A piece of hairdressing history” es una muestra expositiva de piezas procedentes del Museo de la Peluquería Raffel Pages.

Nacido en una familia de peluqueros, entre rulos, laca y tijeras, Raffel Pages afirma que nunca le gustó la peluquería como oficio, pero fue su padre, peluquero desde 1925, quien lo introdujo en este mundo: “aún negándome a ello,

mi padre me enseñó el oficio y para atarme me montó un salón. A raíz de ello, me llegó la gran oportunidad que siempre había esperado.” Rosy Carita, de Carita de París, la mejor peluquería mundial en los años 60, se fijó en él y le ofreció realizar un stage a su lado. Allí en aquel París del glamur, en aquel salón, se formó su alma de artista y creador; teórica, filosófica y emocionalmente.

Al regresar de París, en 1975, inaugura su primer salón en Barcelona, en el barrio de Sarriá, en la calle de la Reina Elisenda, número 16. Éste fue el inicio de una expansión que siempre ha ido en aumento y que continuó con la apertura de otros 6 salones más. Debido al éxito de este primer salón, fue requerido para shootings de publicidad y de revistas de moda, y en estos mismos años comienza a ser solicitado por empresas, grupos, gremios y familias profesionales italianas, donde colaboró a título personal en no menos de 200 ocasiones en 10 años.

Además, la primera firma mundial de productos de peluquería, L'Oréal Paris, lo fichó para la presentación de sus colecciones por todo el mundo y se erigió como embajador de esta firma, a la que se siente ligado emocionalmente y de la que dice llevar el ADN en la sangre.

Pero fue en el año olímpico, en la Barcelona del 1992, cuando arrancó su gran proyecto y la verdadera semilla de la expansión de esta firma: el Instituto de Perfeccionamiento Raffel Pages, centro que se crea para la formación exclusiva de sus colaboradores y que actualmente está abierto a cualquier profesional. Para Raffel Pages la formación es uno de los puntos más importantes en los que se ha de basar la manera de vivir: “Hay que aprender durante toda la vida, yo aún estoy aprendiendo y lo continuaré haciendo hasta el fin de mis días”

A partir de este momento empieza a crecer la historia de esta marca

hasta alcanzar 83 salones en España y, presencia internacional, con 2 salones en París (Francia), hasta convertirse en una de las diez grandes firmas de peluquería mundial, con sus propios conceptos, estilos y tendencias, diferenciadores del resto de marcas.

Por otro lado, el amor por el arte y las antigüedades han llevado a Raffel Pages a trabajar durante más de 40 años en su nueva colección de piezas relacionadas con el mundo de la peluquería, que se exhiben en el Museo de la Historia de la Peluquería Raffel Pages, número 1 en el mundo, y que tiene como objetivo primordial la recuperación de la historia de la peluquería como base fundamental para poder entenderla íntegramente. Es, pues, la manera de entender el presente y de afrontar el futuro de esta profesión, a través de más de 7.000 objetos buscados, conseguidos, recogidos, clasificados y catalogados para que los profesionales y los amantes de la historia lo puedan disfrutar.

El pasado 2010 se celebró la exposición “Art Coiffure”, que reunió unas 400 piezas de esta colección, exhibidas en el Museo Diocesano de Barcelona y que disfrutó de un gran éxito e impacto mediático, con el reconocimiento del valor artístico y cultural del museo. “Aún hay un gran desconocimiento de la historia de mi profesión y faltan muchas cosas por descubrir; tengo el deber de hacerlo”, afirma Raffel Pages.

Durante el 2012 y este año que justo acabamos de iniciar, la colección privada Raffel Pages ha visitado otras instituciones culturales en las que ha participado con la cesión de piezas y con la organización de exposiciones colectivas. Es el caso de la Filmoteca de Catalunya, con la exposición “El film en la aguja. Moda y Cine”; el Museo de Arqueología de Catalunya, con la muestra “Historias de Tocador. Cosmética y Belleza en la antigüedad”; una muestra

EXPOSICIONS / EXPOSICIONES / EXHIBITIONS

"A PIECE OF HAIRDRESSING HISTORY BY RAFFEL PAGES"

fotográfica de la colección en Estambul, Turquía; y una futura exposición sobre la historia de la belleza organizada conjuntamente con el Museo de la Evolución Humana de Atapuerca.

En esta ocasión, en la muestra "A piece of hairdressing history by Raffel Pages", en el marco incomparable de la 080 Barcelona Fashion Week, podréis descubrir una pincelada de la historia del oficio de la peluquería y algunas anécdotas sorprendentes, a través de piezas curiosas, como antiguos secadores de casco, enrevesados aparatos de permanente para rizar cabelleras, peines de todo tipo y procedencia, extrañas pelucas del s. XVII... Una serie de objetos que nos resultarán curiosos a la vez que cotidianos, y que pondrán de manifiesto la unión inseparable entre moda y peluquería.



"A piece of hairdressing history" is an exhibition of part of the collection from the Raffel Pages Museum of Hairdressing.

Born to a hairdressing family, among curlers, hairspray and scissors, Raffel Pages claims hairdressing did not interest him as a profession, but that it was his father, a hairdresser since 1925, who got him started in that world: "even though I refused, my father initiated me into the business and, to ensure my commitment, opened a salon. That is how the opportunity I had always been waiting for presented itself" Rosy Carita, of Carita de Paris, the best hairdresser in the world in the 60's, noticed him and offered to mentor him. There, in glamorous Paris, in that hairdressing salon, his artistic creative soul was academically, philosophically and emotionally forged.

Back from Paris, in 1975 he opens his first salon in Sarrià, at 16 Reina Elisenda Street, the start of an ever growing expansion which saw the opening of 6 more salons. As a result of the success of the

first salon, he was in demand for advertising shoots and fashion magazines and in those same years, he starts being in demand by Italian companies, groups, professional guilds and families, where he collaborated personally on no less than 200 occasions in 10 years.

At the same time, the international hairdressing products company L'Oréal Paris head-hunt him to present their collections worldwide and he becomes an ambassador for the company, to which he feels strongly emotionally linked and about which he says he carries their DNA in his blood.

It is the Olympics in Barcelona though, that germinates the seed of his great project and the true expansion of this company: The Raffel Pages Institute of technical refinement, a centre created exclusively for training his collaborators and currently open to all professionals. To Raffel Pages, learning is one of the most important points on which to base a way of life: "We need to learn all our lives. I am still learning and I will continue to do so until the end of my days".

From that moment on the history of this brand begins to grow, expanding to 83 salons in Spain and 2 salons in Paris and becoming one of the 10 biggest hairdressing firms worldwide, with its own concepts, styles and trends differentiating it from the other brands.

On another front, his love for antiques has led Raffel Pages to work on his collection of objects related to the world of hairdressing which are exhibited at the Raffel Pages Museum of Hairdressing, the top of its kind in the world, whose main objective is the recuperation of the history of hairdressing as a necessary condition to understand hairdressing as an integrated whole. It is thus a way of understanding the present and facing the future of this profession through more than 7.000 objects sought, found, gathered, classified and catalogued

so that professionals and history lovers can enjoy them.

This past 2010, the "Art Coiffure" exhibition which displayed some 400 of these objects took place at the dioceses museum of Barcelona and enjoyed enormous success and media attention in recognition of the cultural and artistic value of the exhibition." Even though there is a still a great deal unknown about the history of our profession and there is still much left to discover, I feel a duty to do so", insists Raffel Pages.

During 2012 and this year we are just beginning the Raffel Pages private collection has graced other cultural institutions through the loan of pieces and in the organization of collective exhibitions. This is the case of the exhibition "The film of the needle. Fashion and the Cinema" at the Catalan Museum of Film; "Stories of the dressing table, cosmetics and beauty in antiquity" at the Catalan Museum of Archaeology; a photographic sample of the exhibition in Istanbul, Turkey and a future exhibition about the history of beauty organized in conjunction with The Museum of Human Evolution in Atapuerca, Spain.

On this occasion, A piece of hairdressing history by Raffel Pages, within the incomparable framework of the 080 Barcelona fashion week, one can discover a smattering of the history of the hairdressing trade and learn surprising anecdotes through curious pieces such as old upright hair dryers, complicated hair straightening devices, combs of diverse form and origin, strange wigs from the 17th century... A series of objects both curious and everyday, which demonstrate the inextricable link between fashion and hairdressing.



EXPOSICIONS / EXPOSICIONES / EXHIBITIONS

JEANNE LANVIN "SES DÉBUTS À BARCELONE"

29 / 01 / 2013, 17,30h Inauguració / Inauguración / Inauguration

30 - 31 / 01 / 2013, Tot el dia / Todo el día / All day

Lloc / Lugar / Place: Open Area



BARCELONA I ELS ORÍGENS DE LA CASA DE MODA LANVIN

D'entre les aportacions de Barcelona i de Catalunya a la moda internacional, en destaca una de molt rellevant i poc coneguda: l'estreta relació entre la gran Jeanne Lanvin (1867-1946), creadora de la casa i de la marca amb mateix nom, i Barcelona. Els orígens d'aquesta relació foren un anunci de premsa aparegut en periòdics de Barcelona i de París, provinent del taller de moda d'una modista establerta a Barcelona: Maria Berta Montagne de Valentí (1852-1941) i la seva germana Carolina. De fet, a Barcelona, Carolina Montagne i Maria Berta Montagne (casada amb el català Ricard Valentí Jover), han estat considerades pioneres de l'alta costura de Catalunya en l'època modernista.

Com a conseqüència de l'anunci esmentat, el 12 d'octubre de 1885 se signava a París un contracte autògraf entre el pare de Jeanne Lanvin (llavors una jove de 18 anys) i Maria Berta Montagne de Valentí, filla d'un lutier establert a Barcelona, i ella mateixa, modista de renom amb domicili i taller al carrer Santa Anna, 23. En aquest contracte s'estableix que la jove Jeanne hi aprendrà l'ofici de brodatora de moda i que viurà tres mesos a casa de la Sra. Maria Berta Montagne de Valentí, amb un sou de 200 francs mensuals. (Anteriorment, la jove Jeanne havia treballat a Madrid per poc temps, amb un sou de 100 francs i amb un resultat gens feliç per a ella). En canvi, a Barcelona, les relacions entre mestressa i aprenent foren tan satisfactòries que en realitat hi va romandre tres anys. Retornada a París ben instruída, muntà un petit taller de moda, que els anys següents es convertiria en la gran firma LANVIN.

JEANNE LANVIN "SES DÉBUTS À BARCELONE"

La vinculació professional i afectiva de Jeanne amb la família que l'acollí a Barcelona es fa palesa en una carta autògrafa de condolença adreçada, l'any 1941, a Carolina (germana de la difunta Maria Berta, la seva mestressa). Madame Lanvin escrivia: "Com lamento no haver pogut reveure-la per darrera vegada...! Jo, ben segur, hagués viatjat a Barcelona si la malaltia no hagués anat tan de pressa. Tants records m'uneixen a ella! Els millors anys de la meua joventut els vaig passar a casa d'ella i vora vostre: són records que no s'obliden".

Aquestes relacions afectives, familiars i professionals van tenir una continuïtat des de finals del segle XIX fins a mitjans del segle XX. Primer, el 1885, al barri del Raval, com hem vist. I l'any 1909, Carolina Montagne i la seva neboda Dolors Valentí Montagne (àvia de qui escriu això) van establir un obrador de moda per a infants a l'Eixample, a la rambla de Catalunya, 103. Més tard, el 1915, Dolors Valentí va assumir, en aquest mateix lloc, la representació oficial de la firma d'alta costura LANVIN a Barcelona i a Espanya. Finalment, l'any 1928, passà a representar també els perfums de la mateixa marca, fins als anys difícils posteriors a la Guerra Civil espanyola (1936-1939). Al llarg d'aquestes dècades, Jeanne Lanvin va visitar sovint la seva "família" barcelonina, que l'anomenava "tia Jeanne". L'arxiu fotogràfic familiar il·lustra aquestes visites amb imatges de Jeanne Lanvin no tan sols a Barcelona, sinó també a llocs tan significatius com Montserrat i Sant Jeroni de la Murtra, on les famílies Montagne-Valentí-Vidal-Lobo passaven les vacances d'estiu.

Ricard Lobo i Gil
Besnét de Maria-Berta
Montagne Valentí
Gener 2013

BARCELONA Y LOS ORÍGENES DE LA CASA DE MODA "LANVIN"

De entre las aportaciones de Barcelona y Cataluña a la moda internacional, destaca una de muy relevante y poco conocida: la estrecha relación entre la gran Jeanne Lanvin (1867-1946), creadora de la casa y de la marca con el mismo nombre, y Barcelona. El origen de esta relación fue un anuncio de prensa publicado en periódicos de Barcelona y París, proveniente del taller de moda de una modista establecida en Barcelona: María Berta Montagne de Valentí (1852-1941) y su hermana Carolina. De hecho, en Barcelona, Carolina Montagne y María Berta Montagne (casada con el catalán Ricard Valentí Jover) han sido consideradas pioneras de la alta costura de Cataluña en la época modernista.

Como consecuencia del citado anuncio, el 12 de octubre de 1885 se firmaba en París un contrato autógrafo entre el padre de Jeanne Lanvin (entonces una joven de 18 años) y María Berta Montagne de Valentí, hija de un luter establecido en Barcelona, y ella misma, modista de renombre con domicilio y taller en la calle Santa Anna, 23. En este contrato se establece que la joven Jeanne aprenderá el oficio de bordadora de moda y que vivirá tres meses en la casa de la Sra. María Berta de Valentí con un sueldo de 200 francos mensuales –anteriormente, la joven Jeanne había trabajado en Madrid por poco tiempo, con un sueldo de 100 francos y un resultado nada feliz para ella.- En cambio, en Barcelona, las relaciones entre la dueña y la aprendiz fueron tan satisfactorias que finalmente se quedó tres años. De vuelta a París, bien preparada, abrió un pequeño taller de moda, que en los años siguientes se convertiría en la gran firma LANVIN. La vinculación profesional y afectiva de Jeanne con la familia que la acogió en Barcelona se hace patente en una carta autógrafo de condolencia dirigida, el año 1941,

a Carolina (hermana de la difunta Maria Berta, su maestra). Madame Lanvin escribía: "¡Cómo lamento no haber podido volver a verla por última vez...! Hubiera viajado, con toda seguridad, a Barcelona si la enfermedad no hubiera ido tan deprisa. ¡Me unen tantos recuerdos a ella! Los mejores años de mi juventud los pasé en su casa y cerca de usted: son recuerdos que no se olvidan".

Estas relaciones afectivas, familiares y profesionales tuvieron continuidad desde finales del siglo XIX hasta mediados del siglo XX. Primero, en 1885, en el barrio del Raval, como hemos visto. Y en el año 1909, Carolina Montagne y su sobrina Dolors Valentí Montagne (abuela de quien suscribe este texto), abrieron un obrador de moda para niños y niñas en el Eixample, en la rambla de Catalunya, 103. Más adelante, en el 1915, Dolors Valentí asumió, en este mismo lugar, la representación oficial de la firma de alta costura LANVIN para Barcelona y España. Finalmente, en el año 1928, pasó a representar también los perfumes de la misma marca hasta los años difíciles posteriores a la Guerra Civil española (1936-1939). A lo largo de estas décadas, Jeanne Lanvin visitó a menudo a su "familia" barcelonesa, que la llamaba "tia Jeanne". El archivo fotográfico familiar ilustra estas visitas con imágenes de Jeanne Lanvin no tan sólo en Barcelona, sino también en lugares tan significativos como son Montserrat o Sant Jeroni de Murtra, donde las familias Montagne-Valentí-Vidal-Lobo pasaban las vacaciones de verano.

Ricard Lobo i Gil
Bisnieto de Maria-Berta
Montagne Valentí
Enero 2013



EXPOSICIONS / EXPOSICIONES / EXHIBITIONS

JEANNE LANVIN “SES DÉBUTS À BARCELONE”

BARCELONA AND THE ORIGINS OF THE LANVIN FASHION-HOUSE

Barcelona and Catalunya have contributed much to the world of international fashion, one of the most relevant and little-known however, stands out: the close relationship between the great Jeanne Lanvin (1867-1946), creator of the House of Fashion and brand of the same name, and Barcelona. The origins of this relationship reside in the small-ads section of newspapers in Barcelona and Paris, originating in the fashion workshop of a seamstress established in Barcelona: Maria-Berta Montagne de Valentí (1852-1941) and her sister Carolina. In fact, in Barcelona itself Carolina Montagne and Maria-Berta Montagne, (married to the Catalan Ricard Valentí-Jover) have always been considered as pioneers within haute-couture in the “modernist” era here in Catalonia.

As a consequence of the aforementioned advert, on October 12th 1885 there was signed a signed contract in Paris between the father of Jeanne Lanvin (then a young woman of 18 years of age) and Maria-Berta Montagne de Valentí, daughter of a “luthier” (string-instrument maker) established in Barcelona while she was a wellknown clothes-maker who lived and worked from an address at

number 23 Santa Anna street. In this contract it was established that the young Jeanne would learn there the work of a fashion embroiderer and would live for three months at the house of Señora Mrs. Maria-Berta Montagne de Valentí with a monthly salary of 200 Francs. (Previously the young Jeanne had worked in Madrid but not for long, with a monthly salary of 200 100 Francs which did not work out very happily for her). In Barcelona however, the relations between mistress and apprentice turned out so satisfactorily that in reality she stayed there for three years. She returned to Paris so well taught that she founded a small workshop which over the ensuing years became the great firm LANVIN.

The professional and personal relationship between Jeanne and the family who had taken her in, in Barcelona, is manifested in a handwritten letter of condolence dating from 1941 to Carolina (sister of the deceased Maria-Berta, her mistress). Madame Lanvin wrote: “How sorry I am not having been able to see her again for one last time!.. time..! I would most certainly have travelled to Barcelona had the illness not gone so rapidly. So many memories link me to her! I spent the best years of my youth at her home alongside you all: They are memories that do not fade”.

Those feelings of affection both personal and professional endured from the end of the XIXth to the mid XXth Century. Firstly 1885 in the Barcelona neighborhood of Raval, as we have seen. And in 1909 Carolina Montagne and her niece Dolors Valentí-Montagne (grandmother of the writer) established a workroom for infants in the city-centre area of the Eixample, in the Rambla Catalunya (number 103). Later on, in 1915, Dolors Valentí took over official representation at the same address of the haute-couture brand of LANVIN for Barcelona and Spain. Finally, in 1928 it also came to represent the perfumes of the same brand until the difficult later years of the Spanish Civil War (1936-1939). Throughout these decades Jeanne Lanvin often visited her Barcelona “family” who called her “Aunt Jeanne”. The family photo album show these visits with pictures of Jeanne Lanvin not only in Barcelona, but also familiar places such as (the mountain of) Montserrat and Sant Jeroni de la Murtra, where the Montagne-Valentí-Vidal-Lobo families spent their summer holidays.

Ricard Lobo i Gil
Great-grandson of Maria-Berta
Montagne Valentí
January 2013



EXPOSICIONS / EXPOSICIONES / EXHIBITIONS

ARTS&FASHION

29-30-31 / 01 / 2013

Tot el dia / Todo el día / All day

Lloc / Lugar / Place: Open Area

La moda des d'una visió conceptual. Amb la participació d'artistes de diverses disciplines.

Las moda desde una visión conceptual. Con la participación de artistas de diferentes disciplinas.

Fashion seen from a conceptual point of view. With the participation of artists from different disciplines.

"0 (zero)"

Manuel Cruzcastillo es forma en disseny d'estampats i teixits artístics a l'Escola Llotja. Dissenya estampats per a El Delgado Buil, Jose Castro, Giménez & Zuazo i Jordi Labanda. Treballa a l'estudi de Gloria Jover i realitza estampats per al grup Inditex.

És professor de serigrafia i procediments d'estampació a l'Escola Bau, i ha impartit diversos cursos a l'IDEP i a l'IED.

El 2008 crea la seva pròpia marca, Cruzcastillo, juntament amb Raúl Paco. Obre una botiga-estudi, on crea els seus estampats mitjançant l'experimentació amb noves tècniques, però conservant-hi un esperit artesanal. El 2011 deixa la marca i segueix el seu camí en solitari.



"0 (cero)"

Manuel Cruzcastillo se forma en la escuela Llotja en diseño de estampados y tejidos artísticos. Diseña estampados para El Delgado Buil, Jose Castro, Giménez & Zuazo, Jordi Labanda. Trabajó en el estudio de Gloria Jover y realizó estampados para el grupo Inditex.

Es profesor de serigrafía y procedimientos de estampación en la escuela Bau, además de haber impartido distintos cursos en los centros IDEP e IED.

En el 2008 crea su propia marca, Cruzcastillo, junto a Raúl Paco. Monta una tienda-estudio donde crea sus estampados, experimentando con nuevas técnicas pero conservando un espíritu artesanal. En el año 2011 deja la marca y sigue su andadura solo.



"0 (zero)"

Manuel Cruzcastillo is educated at the Llotja School in print and pattern design and artistic textiles. He designs prints for El Delgado Buil, Jose Castro, Giménez & Zuazo, Jordi Labanda. He worked in Gloria Jover's studio and designed prints for the Inditex group.

He is a screen-printing and printing process teacher at the Bau School besides having given courses at IDEP and IED.

In 2008 he starts his own brand, Cruzcastillo, together with Raúl Paco. He opens a studio-store where he creates his prints, experimenting with new techniques but maintaining the spirit of the artisan. In 2011 he leaves the brand and strikes out on his own.



EXPOSICIONS / EXPOSICIONES / EXHIBITIONS

ARTS&FASHION

“Crack is Wack”

Pamela Fernández
(Colòmbia, 1982)

Graduada en disseny de moda per l'Escola Superior de Disseny Bau el 2009.

Després de treballar durant un temps amb Manuel Albarrán (Metalcouture), col·labora amb Cruzcastillo a la Pasarela Abierta de Múrcia i a l'Ego de Cibeles.

El 2010, juntament amb Angel Amor, inicia els seus projectes de brodats, complements i lligadures, i col·labora amb Elisa Palomino i Gaudí Núvies.

El 2011 inicia els seus estudis de brodats a l'Escola de la Dona de Barcelona, i el 2012 realitza una instal·lació d'string art per a Converse, a l'estació de metro d'Universitat.

“Crack is Whack”

Pamela Fernández
(Colòmbia, 1982)

Graduada en Diseño de moda de la Escuela Superior de Disseny, Bau en 2009. Tras un periodo de trabajo con Manuel Albarrán (Metalcouture), colabora con Cruzcastillo en la Pasarela Abierta de Murcia y el Ego de Cibeles.

En el 2010 junto a Angel Amor inicia sus proyectos de bordados, complementos y tocados, colaborando con Elisa Palomino y Gaudí Novias.

En el año 2011 inicia sus estudios de bordados en la Escuela de la Dona de Barcelona y en el 2012 realiza una instalación de String Art para Converse en el metro de Universitat.



“Crack is Whack”

Pamela Fernández
(Colòmbia, 1982)

Graduate in Fashion design from the Bau School of Design in 2009. After a period working with Manuel Albarrán (Metalcouture), she collaborates with Cruzcastillo at the “Pasarela Abierta” in Murcia and “Ego” at Cibeles in Madrid.

In 2010, together with Angel Amor, she begins her embroidery, accessories and head-dressing projects in collaboration with Elisa Palomino and Gaudí Novias.

In 2011 she begins studying embroidery at the Women's School of Barcelona and in 2012 she mounts a String Art installation for Converse in the Universitat subway station.



EXPOSICIONS / EXPOSICIONES / EXHIBITIONS

ARTS&FASHION

VOGEL HAUT

Esther Muñoz (Madrid, 1977).

Polifacètica, atrevida i extremament compromesa amb el món del tèxtil i el medi ambient. Està lligada, des que va arribar a la Ciutat Comtal, fa 9 anys, amb el món del reciclatge, i considera que és la forma més creativa, lliure i adequada de mostrar-se.

A partir de petits residus de l'antic món de l'alt i el baix lliç, i combinant la tècnica del teixit sobreteixit amb una gran creativitat, aconsegueix transportar-nos a l'extraordinari món alat de les seves peces VOGEL HAUT, inspirades en plomatges d'ocells.



VOGEL HAUT

Esther Muñoz (Madrid, 1977).

Polifacética, atrevida y extremadamente comprometida con el mundo textil y con el medioambiente. Está ligada, desde su llegada a la ciudad Condal, hace 9 años, al mundo del reciclaje, y considera que es la forma más creativa, libre y adecuada de mostrarse.

A partir de pequeños residuos del antiguo mundo del alto y bajo lizo, y combinando la técnica tejido sobre tejido con una gran creatividad, consigue transportarnos al extraordinario mundo alado de sus piezas VOGEL HAUT inspiradas en plumajes de pájaros.



VOGEL HAUT

Esther Muñoz (Madrid, 1977).

Multifaceted, daring and extremely committed to the textile world and the environment; Since her arrival in Barcelona, she has been linked to the world of recycling and considers it to be the most creative, free and appropriate way to exhibit her talent.

Using small scraps from the old world of high warp or low warp tapestry combined with the textile on textile technique and great creativity, she manages to transport us into the winged world of her VOGEL HAUT pieces inspired by birds' plumages.



EXPOSICIONS / EXPOSICIONES / EXHIBITIONS

ARTS&FASHION

“Vestits de pel·lícula”

Paulo Salinas

Nascut a Santiago de Xile el juny de 1977. El seu interès per l'artesanía va començar quan estudiava a la Facultat de Música de Valparaíso. Es va traslladar a Barcelona l'any 2003, i allà va continuar amb la seva investigació a través del desenvolupament de la tècnica artesanal i de l'experimentació amb diversos materials, tant nobles com reciclats. Elabora, així, una proposta que té com a resultat un conjunt de peces que abracen diversos àmbits de creació.

“És la poesia del rebuig, que expressa de quina manera la matèria pot perdurar en el temps i en la seva utilitat, a través de la transformació d'allò que arraconem en una font de recursos. Segons la meua experiència, tant en moda (confecció de calçat i d'accessoris), com en el món de l'audiovisual o el del disseny conceptual, aquest recurs m'obre les portes a formes creatives i innovadores.”

Actualment, desenvolupa el seu últim projecte, “The 7th craft”, un seguit de peces elaborades amb cintes de cinema de 35 mm.

“Vestidos de película”

Paulo Salinas

Nacido en Santiago de Chile en junio de 1977. Comienza su interés por la artesanía mientras estudiaba en la facultad de música en Valparaíso. Cambia su residencia a Barcelona en el 2003, donde continúa su investigación a través del desarrollo de la técnica artesanal y la experimentación con diversos materiales tanto nobles como reciclados, elabora así una propuesta que lanza como resultado un conjunto de piezas que abarcan diversos ámbitos de creación.

“Es la poesía del desecho, como la materia puede perdurar en el tiempo y en su utilidad transformando lo que desechamos en fuente de recursos. En mi experiencia tanto en moda (confección de calzado y accesorios), audiovisual, o en diseño conceptual, este recurso me abre las puertas a formas creativas e innovadoras”.

Actualmente desarrolla su último proyecto “the 7th craft” una serie de piezas elaboradas con cintas de cine de 35 mm.

“Dressed by film”

Paulo Salinas

Born in Santiago de Chile in June 1977. His interest for hand crafts begins while studying at the music faculty in Valparaíso. He moves to Barcelona in 2003 where he continues researching through the development of handicraft techniques and through experimenting with several materials both noble and recycled, thus coming up with a proposition that results in a collection of pieces that straddle a number of spheres of creation.

“It is the poetry of waste, as material lasts in time; its usefulness transforms waste into a source of material. In my experience in fashion (shoemaking and accessories), audiovisual or conceptual design, this raw material opens doors to creative and innovative forms.”

He is currently working on a new project “the 7th craft”, a series of pieces made out of 35 mm film.



EXPOSICIONS / EXPOSICIONES / EXHIBITIONS

PHOTO GALLERY

29-30-31 / 01 / 2013

Tot el dia / Todo el día / All day

Lloc / Lugar / Place: Open Area

Per aquesta exposició s'ha fet una selecció de les fotos més creatives vinculades a la moda, realitzades pels alumnes de fotografia i fotografia de moda de les Escoles de Fotografia i de disseny de moda de Barcelona.

Les escoles participants:

- IED Barcelona, Escola Superior de Disseny
- IDEP Barcelona, Escola Superior d'Imatge i Disseny
- Sant Ignasi, Jesuïtes Sarrià
- Grisart Escola Superior de Fotografia
- Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya



Por esta exposición se ha hecho una selección de las fotos más creativas vinculadas a la moda, realizadas por los alumnos de fotografía y fotografía de moda de las Escuelas de Fotografía y de diseño de moda de Barcelona.

Las escuelas participantes:

- IED Barcelona, Escola Superior de Disseny
- IDEP Barcelona, Escola Superior d'Imatge i Disseny
- Sant Ignasi, Jesuïtes Sarrià
- Grisart Escola Superior de Fotografia
- Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya



For this exhibition, a selection was made of the most creative fashion photos made by photography and fashion photography students from Catalan fashion and photography schools.

The exhibition has been realized with the collaboration of the following schools:

- IED Barcelona, Escola Superior de Disseny
- IDEP Barcelona, Escola Superior d'Imatge i Disseny
- Sant Ignasi, Jesuïtes Sarrià
- Grisart Escola Superior de Fotografia
- Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya



Fotògraf convidat / Fotógrafo invitado / Guest photographer: Marc Torrent (Lenoir)



EXPOSICIONS / EXPOSICIONES / EXHIBITIONS

PHOTO GALLERY

Marc Torrent (LENOIR)

Va néixer a Barcelona. Primer va cursar estudis de disseny gràfic a l'Escola Elisava i, posteriorment, estudis de fotografia a l'Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya.

En acabar els estudis, va entrar a la companyia XXL COMUNICACIÓ com a assistent de fotògraf al Departament de Fotografia, i va participar en campanyes publicitàries per a Panasonic, Custo Barcelona, Intimissimi, Burberry, Grupo Cebado i Andrés Sardà, entre d'altres.

Durant els següents quatre anys va treballar a la companyia AKTIVITÄT, ja com a fotògraf, i també va desenvolupar tasques de disseny gràfic i visual. Arran d'aquesta feina, va col·laborar amb la Passarel·la Gaudí, amb Otto Zutz i amb el Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA).

L'any 2005 s'estableix per lliure com a fotògraf i realitza treballs per a Gothic&Lolita (al Japó), MaoMao Publications, Polopelo, Babydark, Nuria Ghia, Treffen Gothic Festival (a Alemanya), Harbort Leather Designs, Nekane Le Freak, Lust (a Dinamarca), BIBIAN BLUE, Grupo LTW, Zero Shop, Private... i treballs personals en el món del fetich, la cotilleria i la roba interior.

També ha col·laborat com a artista plàstic, mitjançant el treball amb materials com el ferro o el cautxú, per a LA FURA DEL BAUS (Camel Arte) i productores com BENECE PRODUCTIONS, GRUPO PRIVATE O TELEVISIÓ DE CATALUNYA.

Ha publicat el llibre "Moda gòtica" per a MaoMao Publications i ha realitzat exposicions al Palau de la Virreina.

Marc Torrent (LENOIR)

Nacido en Barcelona cursa primero los estudios de Diseño Gráfico en la escuela Elisava y posteriormente los estudios de Fotografía en l'Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya.

Al terminar los estudios, entra en la compañía XXL COMUNICACIÓN como asistente de fotógrafo en el Departamento de Fotografía participando en campañas publicitarias para Panasonic, Custo Barcelona, Intimissimi, Burberry, Grupo Cebado o Andrés Sardà entre otros.

Durante los siguientes 4 años trabaja en la compañía AKTIVITÄT ya como fotógrafo abarcando también el diseño gráfico y visuales, fruto del cual surgen colaboraciones con la Pasarela Gaudí, Otto Zutz o el Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA).

En el 2005 se establece por libre como fotógrafo realizando trabajos para Gothic&Lolita (Japón), MaoMao Publications, Polopelo, Babydark, Nuria Ghia, Treffen Gothic Festival (Alemania), Harbort Leather Designs, Nekane Le Freak, Lust (Dinamarca), BIBIAN BLUE, Grupo LTW, Zero Shop, Private... y trabajos personales en el mundo del fetich, corsetería y ropa interior.

También ha colaborado como artista plástico trabajando con materiales como el hierro o el caucho para LA FURA DELS BAUS (Camel Arte) y productoras como BENECE PRODUCTIONS, GRUPO PRIVATE O TELEVISIÓ DE CATALUNYA.

Ha publicado el libro "Moda Gótica" para MaoMao Publications y expuesto en el Palau de la Virreina.

Marc Torrent (LENOIR)

Born in Barcelona he first carried out his Graphic Design studies at the Elisava school and later Photography at the Institute of Photographic Studies of Catalonia.

Once studies were over, he joined the XXL COMMUNICATION company as a photographic assistant in their Photography Department taking part in publicity campaigns for Panasonic, Custo Barcelona, Intimissimi, Burberry, the Cebado Group and Andrés Sardà inter alia.

Over the course of the next four years he worked at the AKTIVITÄT company now as a full photographer straddling also graphic design and visual arts, out of which arose collaborations with the (Barcelona) Pasarela Gaudí fashion-show, Otto Zutz (nite-club) and Museum of Contemporary Art of Barcelona (MACBA).

In 2005 he goes freelance as a photographer with work for Gothic&Lolita (Japan), MaoMao Publications, Polopelo, Babydark, Nuria Ghia, Treffen Gothic Festival (Germany), Harbort Leather Designs, Nekane Le Freak, Lust (Denmark), BIBIAN BLUE, LTW Group, Zero Shop, Private... and personal projects in the world of fetish, lingerie and corsetry.

He has also featured as a "plastic artist" himself working with materials such as iron or cork for the (avant-garde theater-group) LA FURA DELS BAUS (Camel Art) and production companies like BENECE PRODUCTIONS, PRIVATE GROUP and TELEVISIÓ DE CATALUNYA.

He has published a book "Gothic Fashion" for MaoMao Publications and had an exhibition at the Palau de la Virreina museum in Barcelona.



PRESENTACIONS
PRESENTACIONES
PRESENTATIONS



PRESENTACIONS / PRESENTACIONES / PRESENTATIONS

“FRANCINA. MÁS ALLÁ DE LA MODA” (BEYOND FASHION)

30 / 01 / 2013

13,30h

Lloc / Lugar / Place: Auditori

Francina, maniquí, model, empresària i descobridora de grans top-models, ha escrit un llibre imprescindible per conèixer de primera mà l'apassionant món de la moda, de les models i de la bellesa en general, des dels anys 60 fins als nostres dies.

“Francina. Más allá de la moda” no és només un llibre de memòries, sinó que també és una obra interactiva, plena d'anècdotes i de curiositats desconegudes, que serviran de font d'inspiració a totes aquelles persones que vulguin crear, innovar o descobrir els secrets d'una professió fascinant, al mateix temps que farà passar una bona estona als lectors que desitgin endinsar-se, de manera privilegiada, al món de les passarel·les.

Si, tal com va escriure Christian Dior, la senzillesa, el bon gust i l'estil són les claus per vestir bé i anar a la moda, aquest llibre va més enllà, ja que reuneix la història i els secrets de Francina, referent de la moda espanyola, en un compendi d'imaginació i estímuls inesgotables.

Francina, maniquí, modelo, empresaria y descubridora de grandes tops models, escribe un libro imprescindible para conocer de primera mano el apasionante mundo de la moda, las modelos y la belleza en general, desde los años 60 hasta nuestros días.

“Francina. Más allá de la moda” no es sólo un libro de memorias al uso, sino una obra interactiva llena de anécdotas y curiosidades desconocidas que servirán como fuente de inspiración a todas aquellas personas que quieran crear, innovar o descubrir los secretos de una profesión fascinante, al tiempo que hará las delicias de los lectores que deseen adentrarse, de forma privilegiada, en el mundo de las pasarelas.

Si, como escribió Christian Dior, la sencillez, el buen gusto y el estilo son las claves para vestir bien e ir a la moda, este libro va más allá, ya que reúne la historia y los secretos de Francina, referente de la moda española, en un compendio de imaginación y estímulos inagotables.

Francina, mannequin, model, businesswoman and discoverer of great top models, has written a book essential for a first hand understanding of the passionate world of fashion, models and beauty in general, from the 60's to the present.

“Francina. Más allá de la moda” is not just your typical memoir, but rather an interactive work filled with anecdotes and little known curious tidbits which will serve as inspiration for all those who want to create, innovate or penetrate the secrets of a fascinating profession while at the same time delighting those readers who desire to take a privileged look at the world of the catwalk.

If, as Christian Dior wrote, simplicity, good taste and style are the keys to dressing well and being in fashion, this book goes further, in that it gathers the history and the secrets of Francina, as refers to Spanish fashion, in one compendium of endless imagination and stimuli.



PRESENTACIONS / PRESENTACIONES / PRESENTATIONS

LITTLELIA BY BETH

31 / 01 / 2013

11,00h

Lloc / Lugar / Place: Foyer



M'agraden les flors, la música, els bebès, les merceries antigues, els animals, les coses fetes amb amor, viatjar, trobar petits tresors en forma de cinta o de roba vintage, la suavitat, la família... De la combinació de tot plegat, neix "LittleLia". De l'amor de la meva mare i del de la meva filla.

Peces úniques, especials, cosides amb les nostres pròpies mans, que esperem que us enamorin tant com a nosaltres.

Beth*



Me gustan las flores, la música, los bebés, las mercerías antiguas, los animales, las cosas hechas con amor, viajar, encontrar pequeños tesoros en forma de cinta o ropa vintage, la suavidad, la familia... De la combinación de todo nace "LittleLia". Del amor de mi madre y del de mi hija.

Piezas únicas, especiales, cosidas con nuestras propias manos, que esperamos que os enamoren tanto como nosotros.

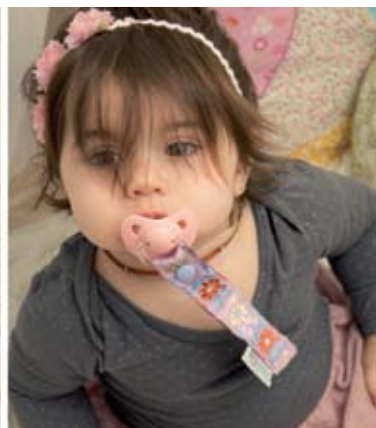
Beth*



I like flowers, music, babies, those old haberdasheries, animals, things made with love, travelling, to find little treasures like ribbons or vintage clothes, softness, family... The combination of all of this is "LittleLia". From my mother's love and the love of my daughter.

Unique and special pieces, sewed with our very own hands. We hope you'll love them as much as we do.

Beth*





LITTLE BARCELONA



Barcelona Fashion Trends for Kids. 3rd. Edition.

3-4 / 02 / 2013

Lloc / Lugar / Place: Edifici DHUB



www.littlebarcelona.com

LITTLE BARCELONA, TERCERA EDICIÓ I PRIMER ANIVERSARI, AL FEBRER DE 2013

Un any després de la seva creació, la iniciativa es consolida com un "little" gran projecte en evolució constant.

Els pròxims dies 3 i 4 de febrer Little Barcelona celebrarà la seva tercera edició i el seu primer aniversari. Com és habitual, la fira trasllada la seva seu, aquest cop al nou edifici Disseny HUB, a la plaça de les Glòries, per presentar la millor selecció de productes dedicats a l'univers infantil en un espai diferent i emblemàtic. La fira, una vegada més, tornarà a emmarcar-se dins de la 080 Barcelona Fashion Week, i clausurarà aquesta gran festa de la moda que té lloc a la Ciutat Comtal.

Al llarg de l'any de vida que pròximament complirà Little Barcelona, la fira ha aconseguit transmetre optimisme, il·lusió i energia positiva al sector dedicat a l'univers infantil. Gràcies a les

firmes que han confiat en aquesta iniciativa i a la càlida i entusiasta acollida dels clients professionals del sector, Little s'ha convertit en una alternativa única per a tots aquells que volen mostrar els seus productes o bé per als qui busquen noves marques, articles diferents per oferir a un públic final cada vegada més exigent i saturat d'oferta.

Cada edició és un repte, una nova aventura i, per damunt de tot, un aprenentatge. Aquesta tercera tindrà dos objectius clars: la consolidació de la fira com a referent en el calendari internacional i l'evolució de Little Barcelona com una marca al servei d'expositors i de punts de venda.

Evolució de Little Barcelona com a marca al servei d'expositors i de punts de venda.

Little Barcelona és una iniciativa dirigida a dos sectors: les marques exposidores, que busquen els seus clients afins, i els punts de

venda, que necessiten firmes que s'ajustin a la demanda dels seus clients finals. La finalitat de tots és la mateixa, vendre més i afermar-se en el mercat com a referent dels seus respectius clients.

Per això, en aquesta tercera edició de Little, trobarem un espai professional millorat, més eficient i adaptat a les necessitats tant d'expositors com de visitants, on es potenciaran els aspectes que han fet de Little Barcelona un saló acollidor, on es respira il·lusió, optimisme i bon ambient.

A més, en aquesta tercera edició, es crearà la marca "Little", que permetrà identificar els punts de venda que disposin de productes de les firmes participants a Little Barcelona.

Pròximament us anirem informant de totes les novetats que giren entorn de la tercera edició, en què Little Barcelona estarà d'aniversari i ho celebrarà com cal.



LITTLE BARCELONA, TERCERA EDICIÓN Y PRIMER ANIVERSARIO EN FEBRERO 2013

Un año después de su creación, la iniciativa se consolida como un “little” gran proyecto en evolución constante.

Los próximos días 3 y 4 de febrero Little Barcelona celebrará su tercera edición y su primer aniversario.

Como es habitual, la feria traslada su nueva sede, esta vez al nuevo edificio Disseny HUB, en la plaza de les Glòries, para presentar la mejor selección de productos dedicados al universo infantil en un espacio diferente y emblemático. La feria, una vez más, volverá a enmarcarse dentro del 080 Barcelona Fashion, clausurando esta gran fiesta de la moda que tiene lugar en la Ciudad Condal.

A lo largo del año de vida que aproximadamente cumplirá Little Barcelona, la feria ha conseguido transmitir optimismo, ilusión y energía positiva al sector dedicado al universo infantil. Gracias a las firmas que han confiado en esta iniciativa y a la cálida y entusiasta acogida de los clientes profesionales del sector, Little se ha convertido en una alternativa única para todos aquellos que quieren mostrar sus productos o bien para aquellos que buscan nuevas marcas, artículos diferentes para ofrecer a un público final cada vez más exigente y saturado de oferta.

Cada edición es un reto, una nueva aventura y, por encima de todo, un aprendizaje. Esta tercera tendrá dos objetivos claros: la consolidación de la feria como referente en el calendario internacional y la evolución de Little Barcelona como una marca al servicio de expositores y de puntos de venta.

Evolución de Little Barcelona como marca al servicio de expositores y de puntos de venta.

Little Barcelona es una iniciativa dirigida a dos sectores: las marcas expositoras que buscan sus clientes afines, y los puntos de venta, que necesitan firmas que se ajusten a la demanda de sus clientes. La finalidad de todos es la misma, vender más y consolidarse

en el mercado como referente de sus respectivos clientes. Por esta razón, en esta tercera edición de Little, encontraremos un espacio profesional mejorado, más eficiente y adaptado a las necesidades tanto de expositores como de visitantes, en el que se potenciarán los aspectos que han hecho de Little Barcelona un salón acogedor, en donde se respira ilusión, optimismo y buen ambiente. Además, en esta tercera edición, se creará la marca “Little”, que permitirá identificar los puntos de venta que dispongan de productos de las firmas participantes en el Little Barcelona.

Próximamente os iremos informando de todas las novedades que giran en torno a esta tercera edición en la que Little Barcelona estará de aniversario y lo celebrará como le corresponde.



**LITTLE BARCELONA,
THIRD EDITION AND FIRST
ANNIVERSARY IN FEBRUARY 2013**
One year after its inception, the initiative consolidates itself as a big “Little” project in constant evolution.

On the upcoming 3 and 4 February, Little Barcelona is to celebrate its third edition and first anniversary. As usual, the trade fair will shift its base, this time to the new Disseny HUB building, in Glòries Square, to present the best selection of products aimed at the infant world in a distinct, emblematic space. The trade fair will, once more, represent itself within the framework of 080 Barcelona Fashion Week, rounding off this great festival of fashion which takes place in the fair city of Barcelona.

Over the course of the first year of life which Little Barcelona is about to complete, the trade fair has managed to transmit optimism, enthusiasm and positive energy to a sector aimed at the universe of the infant. Thanks to the companies which have supported this initiative and the warm reception of the professional clients in the sector, Little has become the only alternative for all those wishing to show their products or looking for new brands and distinct articles to offer to a customer

base ever more demanding and spoilt for choice.

Each new edition is a challenge, a new adventure and, above all, a learning process. In this third edition we have two main objectives: the consolidation of the trade fair as key in the international calendar and the evolution of Little Barcelona as a brand at the service of exhibitors and sales points.

The evolution of Little Barcelona at the service of brands and sales points.

Little Barcelona is an initiative aimed at two sectors: exhibiting brands seeking kindred clients and sales points needing suppliers attuned to the needs of their respective consumers. All concerned share the same objective: sell more and consolidate themselves in the market as a reference for their respective clients.

For this reason in this third edition we can find a significantly improved professional space, more efficient and tailored to the needs of both exhibitors and visitors, where the aspects that have made Little Barcelona a welcoming trade fair have been potentiated and where one can imbibe enthusiasm, optimism and a good atmosphere.

What is more, at this third edition the “Little” brand will be launched, allowing easy identification of the sales points which carry products from the companies which participate in Little Barcelona.

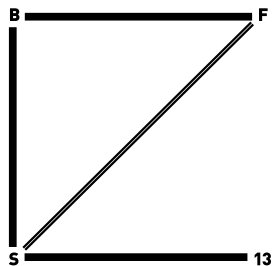
We will soon inform you of all the novelties planned for this third edition in which Little Barcelona is celebrating its first anniversary in style.





BARCELONA FASHION SUMMIT





BARCELONA FASHION SUMMIT 2013

31 / 01 / 2013

Lloc / Lugar / Place: Edifici DHUB

"Barcelona Fashion Summit" és el primer fòrum per als professionals del negoci de la moda a Espanya. En la seva edició inaugural, la jornada se celebrarà sota el títol "Fashion 2020: horitzons de la gran distribució de moda".

Promoguda pel Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM) de la Generalitat i organitzada per Modaes.es, grup editorial i de serveis de referència en el negoci de la moda a Espanya, "Barcelona Fashion Summit" és una jornada emmarcada en les activitats del 080 Barcelona Fashion, que es convertirà en el principal punt de trobada per als professionals i les empreses del sector de la moda.

"Barcelona Fashion Summit" reunirà anualment a Barcelona els protagonistes del sector, que abordaran, mitjançant els formats de ponència i de debat, els temes clau de l'actualitat d'aquest negoci. Cada edició anual tindrà una temàtica específica i un títol sota el qual s'emmarcaran el conjunt d'activitats de la jornada.

La trobada, d'un dia de durada, tindrà lloc a l'edifici DHUB, a Barcelona, el proper 31 de gener, en el marc de les activitats del 080 Barcelona Fashion, i s'articularà mitjançant ponències de personalitats destacades del sector de la moda a Espanya i tot el món, amb un clar protagonisme del món empresarial. El públic estarà compost, així mateix, per prop de 300 professionals del sector interessats per la moda des d'un punt de vista de negoci.

La inscripció a l'esdeveniment té un preu de 197 euros (impostos inclosos) i inclou tant l'assistència a les conferències, com l'esmorzar

i el dinar, així com tots els materials de resum de la jornada.



"Barcelona Fashion Summit" es el primer foro para los profesionales del negocio de la moda en España. En su edición inaugural, la jornada se celebrará bajo el título "Fashion 2020: horizontes de la gran distribución de moda".

Promovida por el Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM) de la Generalitat y organizada por Modaes.es, grupo editorial y de servicios de referencia en el negocio de la moda en España, "Barcelona Fashion Summit" es una jornada emmarcada en las actividades del 080 Barcelona Fashion que se convertirá en el principal punto de encuentro para los profesionales y las empresas del sector de la moda.

"Barcelona Fashion Summit" reunirá anualmente en Barcelona a los protagonistas del sector, que abordarán, mediante los formatos de ponencia y debate, los temas clave de la actualidad de este negocio. Cada edición anual tendrá una temática específica y un título bajo el que se enmarcarán el conjunto de actividades de la jornada.

El encuentro, de un día de duración, se celebrará en el edificio DHUB en Barcelona el próximo 31 de enero, en el marco de las actividades del 080 Barcelona Fashion, y se articulará mediante ponencias de destacadas personalidades del sector de la moda en España y todo el mundo, con un claro protagonismo del mundo empresarial. El público estará compuesto asimismo por cerca de 300 profesionales del sector, interesados por la moda desde un punto de vista de negocio.

La inscripción al evento tiene un precio de 197 euros (impuestos incluidos), que proporciona tanto asistencia a las conferencias, como el desayuno y el almuerzo, así como todos los materiales resumen de la jornada.



Barcelona Fashion Summit is the first forum for professionals of the fashion business in Spain. In its inaugural edition, the conference will have the title Fashion 2020: Horizons of Fast Fashion Business.

Promoted by the Generalitat de Catalunya and organized by Modaes.es, publishing and referral group for the fashion business in Spain, Barcelona Fashion Summit is a day of activities within 080 Barcelona Fashion that will become the main point of meeting for professionals and companies of the fashion industry.

Barcelona Fashion Summit will annually bring together all the protagonists of the industry, who will address the current key issues of the business through speeches and debates. Each annual edition will have a specific theme and title that will guide all the activities of the day.

The day-long meeting, part of the activities of 080 Barcelona Fashion, will be held in the building DHUB in Barcelona on January 31. The structure will consist of presentations by leading figures in the fashion industry, from both Spain and the world. The public will consist of nearly 300 professionals, all interested in fashion from a business standpoint.

Registration for the event costs 197 euros (including taxes). This includes both conferences, breakfast and lunch, and all materials that summarize the day.



PROGRAMA / PROGRAMA / PROGRAM

TAULES RODONES I CONFERÈNCIES / MESAS REDONDAS Y CONFERENCIAS / ROUND TABLES & CONFERENCES

8,30h - 9,00h

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

- Miquel Rodríguez, gerent de / gerente de / *general manager of* Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya
- Pilar Riaño, directora de / *director of* Modaes.es.

9,00h - 9,45h

Ponència inaugural / Ponencia inaugural / *Opening*

- Gonzalo Brujó, President Interbrand Espanya i Llatinoamèrica / Presidente de Interbrand España y Latinoamérica /
Chairman Interbrand Spain & South America

Quin paper té la marca en el futur de la gran distribució de la moda? / ¿Qué papel tiene la marca en el futuro de la gran distribución de moda? / *What place will brands occupy in the mass market of the future?*

9,45h - 11,00h

Taula de debat I — “El consumidor mana? Noves exigències.” / Mesa de debate I — “¿El consumidor manda? Nuevas exigencias.” / *Round Table debate I — ¿Is the consumer the boss?*

- Valeria Domínguez (Adolfo Domínguez); Alba Albert (Forever 21); Fernando Maudo (Vente Privee).

El nou entorn econòmic ha forçat un canvi en els hàbits de consum dels clients de les empreses de moda. Dicta el consumidor les regles del joc? Què demanen ara els compradors? Com han de reaccionar les empreses? / El nuevo entorno económico ha forzado un cambio en los hábitos de consumo de los Clientes de las empresas de moda. ¿Dicta el consumidor las reglas del juego?, ¿Qué piden ahora los compradores?, ¿Cómo deben reaccionar las empresas? / *The new economic environment has forced a change in consumption habits of customers of fashion companies. What buyers are now asking? How should companies respond?*

11,00h - 11,45h

Cafè networking / Café networking / *Networking coffee*

11,45h - 12,15h

- Albert Puyol, Expert en retail i luxe / Experto en retail y lujo / *Retail and Luxury market expert*

Què pot aprendre la gran distribució del luxe? En un moment com l'actual, la moda ha de vendre experiències i el luxe és especialista. / ¿Qué puede aprender la gran distribución del lujo? En un momento como el actual, la moda debe vender experiencias y el lujo es especialista. / *What can learn fast fashion from luxury? Nowadays, fashion must sell experiences and luxury is a specialist.*

12,30h - 13,00h

- Isabel Cavill Analista / *Analyst Planet Retail*

Quins són els reptes i les oportunitats de la indústria de la moda? És important el negoci en línia? Quines tendències internacionals s'hi detecten? / ¿Cuáles son los retos y las oportunidades de la industria de la moda? ¿Es importante el negocio online? ¿Qué tendencias internacionales se detectan? / *What are the challenges and opportunities of the fashion industry? How important is the online business? What international trends are detected?*

PROGRAMA / PROGRAMA / PROGRAM

TAULES RODONES I CONFERÈNCIES / MESAS REDONDAS Y CONFERENCIAS / ROUND TABLES & CONFERENCES

13,00h - 14,30h

Taula de debat II — “Internacionalització” / Mesa de debate II — “Internacionalización” /
Round Table debate II — New markets

- Manuel Jadraque (Desigual); Ignacio Sierra (Cortefiel); Rosa Tous (Tous); David Garcia (ACTM)
- Moderador / *Moderator*: Luis Lara (Retalent)

El salt als mercats internacionals s'ha convertit en la palanca de creixement de la majoria de companyies espanyoles. Quines dificultats troben les empreses en la internacionalització? Quines són les millors estratègies? El salto a los mercados internacionales se ha convertido en la palanca de crecimiento de la mayoría de compañías españolas. ¿Qué dificultades encuentran las empresas en la internacionalización? ¿Cuáles son las mejores estrategias? / *The leap to international markets has become the lever of growth of most Spanish companies. What difficulties companies face in internationalization? What are the best strategies?*

14,30h - 15,45h

Dinar networking / Comida networking / *Networking lunch*

16,00h - 16,45h

- Enrique García, soci de / socio de / *partner at McKinsey & Company Iberia*

McKinsey presentarà un estudi propi i inèdit sobre el sector de la distribució de la moda a Espanya. / McKinsey presentará un estudio propio e inédito sobre el sector de la distribución de moda en España. / *McKinsey will present a new study about the fashion distribution sector in Spain*

16,45h - 18,00h

Taula de debat III — “Preus i aprovisionament” / Mesa de debate III — “Precios y aprovisionamiento” /
Round Table debate III — Prices and sourcing

- Julián Imaz (Shana); Borja Oria (Acotex/ Arcano Corporate) Frederic Sabrià (Iese); César de Vicente (Kiabi); Alejandro Laquidain (President del CIE - Vicepresidente de Texfor / Presidente del CIE - Vicepresidente de Texfor
Chairman of CIE - Vicepresident of Texfor)

Els preus s'han convertit en una de les principals eines utilitzades pels retailers. L'aprovisionament juga un paper clau en aquest àmbit. / Los precios se han convertido en una de las principales herramientas utilizadas por los retailers. El aprovisionamiento juega un papel clave en este ámbito. / *Prices have become one of the main tools used by retailers. Sourcing plays a key role in this area.*

18.00-18.30h

Ponència de clausura / Ponencia de clausura / *Closing*

Antonio Álvarez, Director de Sostenibilitat Ambiental d'Inditex / Director de Sostenibilidad Ambiental de Inditex /
Director of Environmental Sustainability Inditex

BIOGRAFIES PONENTS / BIOGRAFÍAS PONENTES / SPEAKERS' BIOGRAPHIES

IGNACIO SIERRA

Director general de Cortefiel

Ignacio Sierra és director general corporatiu de Cortefiel, càrrec en el qual s'ocupa de les àrees de Comunicació, Responsabilitat Social Corporativa i Compres i Adquisicions. Serra és també adjunt al conseller delegat i a la Presidència. Llicenciat en dret i en MBA per l'Institut d'Empresa (IE), Sierra es va incorporar a Cortefiel el 2004.

Social Corporativa y Compras y Adquisiciones. Sierra es también adjunto al consejero delegado y a la Presidencia. Licenciado en derecho y MBA por el Instituto de Empresa (IE), Sierra se incorporó a Cortefiel en 2004.

Managing director Cortefiel

Ignacio Sierra is managing director at Cortefiel, a position that deals with the areas of communication, corporate social responsibility, and mergers and acquisitions. Sierra has an MBA and a law degree from the Instituto de Empresa (IE) and joined Cortefiel in 2004.



Director general de Cortefiel

Ignacio Sierra es director general corporativo de Cortefiel, cargo en el que se ocupa de las áreas de Comunicación, Responsabilidad

JULIÁN IMAZ

Fundador de Shana

Julián Imaz està al capdavant d'una de les cadenes espanyoles de moda de major creixement en els últims anys, Shana. Compta amb més de vint anys d'experiència en el sector, al capdavant de Comdipunt i Friday 's Project.

años, Shana. Cuenta con más de veinte años de experiencia en el sector, al frente de Comdipunt y Friday's Project.

Owner Shana

Julián Imaz está al frente de una de las cadenas españolas de moda de mayor crecimiento en los últimos años, Shana. Cuenta con más de veinte años de experiencia en el sector, al frente de Comdipunt y Friday's Project.



Fundador de Shana

Julián Imaz està al frente de una de las cadenas españolas de moda de mayor crecimiento en los últimos

BIOGRAFIES PONENTS / BIOGRAFÍAS PONENTES / SPEAKERS' BIOGRAPHIES

MANEL JADRAQUE

Director general de Desigual

Manuel Jadraque ocupa la direcció general de la insígnia de la moda Desigual, des del juliol del 2012. Llicenciat en ciències empresarials per la Universitat de Barcelona i màster en direcció d'operacions per l'Institut d'Empresa (IE), ha treballat en l'àrea d'operacions de companyies com Louis Vuitton i Loewe.

de Barcelona y máster en dirección de operaciones por el Instituto de Empresa (IE), ha trabajado en el área de operaciones de compañías como Louis Vuitton y Loewe.

Managing director Desigual

Manuel Jadraque has been the managing director at Desigual since July 2012. He has a degree in Business Administration from the University of Barcelona, a Masters in Operations Management from the Instituto de Empresa (IE), and has worked in the area of operations for companies like Louis Vuitton and Loewe.



ROSA TOUS

Directora de Relacions Institucionals de Tous

Rosa Tous és directora de Relacions Institucionals de Tous. La directiva, que es va incorporar al negoci familiar el 1985, és llicenciada en gemmologia. Rosa Tous és membre de l'equip directiu i del consell d'administració de l'empresa, a més de ser membre del Col·legi Oficial de Joiers, Orfebres, Relotgers i Gemmòlegs de Catalunya.

Tous es miembro del equipo directivo y del consejo de administración de la empresa, además de miembro del Colegio Oficial de Joyeros, Orfebres, Relojeros y Gemólogos de Cataluña.

Director of Institutional Relations Tous

Rosa Tous is director of institutional relations Tous. The director, who joined the family business in 1985, has a degree in gemology. Rosa Tous is a member of the management team and the board of directors of the company, and a member of the Association of jewelers, goldsmiths, watchmakers, and gemologists of Catalunya.



Directora de Relaciones Institucionales de Tous

Rosa Tous es directora de relaciones institucionales de Tous. La directiva, que se incorporó al negocio familiar en 1985, es licenciada en gemología. Rosa

BIOGRAFIES PONENTS / BIOGRAFÍAS PONENTES / SPEAKERS' BIOGRAPHIES

ENRIQUE GARCÍA

Soci de McKinsey & Company i Iberia

Enrique García és soci de McKinsey & Company i responsable de Béns de Consum i Retail a Iberia. Es va incorporar a McKinsey el 2001, després de treballar en companyies com Saint Gobain, Mitchell Madisson Group i Goldman Sachs. Enrique García presentarà un estudi inèdit de McKinsey & Company sobre el sector de la distribució de moda a Espanya.



Socio de McKinsey & Company. Iberia

Enrique García es socio de McKinsey & Company responsable

de Consumer Goods y Retail en Iberia. Se incorporó a McKinsey en 2001 tras trabajar en compañías como Saint Gobain, Mitchell Madisson Group y Goldman Sachs. Enrique García presentará un estudio inédito de McKinsey & Company sobre el sector de la distribución de moda en España.



Partner McKinsey & Company Iberia

Enrique García is partner at McKinsey & Company Iberia. García has worked at companies such as Saint Gobain, Mitchell Madisson Group and Goldman Sachs.



ISABEL CAVILL

Analista de Planet Retail

Isabel Cavill és analista sènior, ubicada a Londres, especialitzada en roba i calçat, les tendències de luxe i el sector dels grans magatzems. Ha treballat com a analista en el comerç al detall i en els sectors de fabricació per a un gran nombre de companyies d'investigació, durant gairebé una dècada.



Analista de Planet Retail

Isabel Cavill es analista senior, asentada en Londres, especializada en ropa y calzado, las tendencias de lujo y el sector de grandes almacenes. Ha trabajado como analista en el comercio minorista y los sectores de fabricación para un gran número de compañías de investigación durante casi una década.



Senior Retail Analyst Planet Retail

Julián Imaz está al frente de una de las cadenas españolas de moda de mayor crecimiento en los últimos años, Shana. Cuenta con más de veinte años de experiencia en el sector, al frente de Comdipunt y Friday's Project.



BIOGRAFIES PONENTS / BIOGRAFÍAS PONENTES / SPEAKERS' BIOGRAPHIES

VALERIA DOMÍNGUEZ

Directora de Comerç

Electrònic d'Adolfo Domínguez

Valeria Domínguez, una de les tres filles del dissenyador Adolfo Domínguez, està al capdavant de l'Àrea de Comerç Electrònic de la companyia gallega des de mitjans del 2011. Amb set anys previs d'experiència en el negoci en línia, la directiva és llicenciada en robòtica per la Universitat de Queen's, al Canadà.

gallega desde mediados de 2011. Con siete años previos de experiencia en el negocio online, la directiva es licenciada en robótica por la Universidad de Queen's, en Canadá.



E-commerce director

Adolfo Domínguez

Valeria Domínguez, one of the three daughters of designer Adolfo Domínguez, has been directing e-commerce for the Galician company since mid-2011. Domínguez has a degree in mechanical engineering from Queen's University in Canada, and seven years of experience in business online.



Directora de E-commerce de Adolfo Domínguez

Valeria Domínguez, una de las tres hijas del diseñador Adolfo Domínguez, está al frente del área de E-commerce de la compañía

BORJA ORIA

President d'Acotex / Responsable de Retail d'Arcà Corporate

Borja Oria és president de l'Associació Empresarial del Comerç Tèxtil i Complementos (Acotex) i treballa en la divisió de banca d'inversió d'Arcano Corporate, com a responsable dels sectors de Retail, Hotels-restauració, Begudes-cellers i Oci. Va ser conseller delegat de Musgo, i en va liderar el procés de venda a una firma de capital risc.

(Acotex) y trabaja en la división de banca de inversión de Arcano Corporate como responsable de los sectores de retail, hoteles-restauración, bebidas-bodegas, y ocio. Fue consejero delegado de Musgo, liderando el proceso de venta a una firma de capital riesgo.



President Acotex/ Retail Analyst Arcano Corporate

Borja Oria is president of the Empresarial del Comercio Textil y Complementos (Acotex) and works in the investment banking division of Corporate Arcane, where he is responsible for retail, hotels and catering, beverages, wine, and entertainment.



Presidente de Acotex/ Responsable de Retail de Arcano Corporate

Borja Oria es presidente de la Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos



BIOGRAFIES PONENTS / BIOGRAFÍAS PONENTES / SPEAKERS' BIOGRAPHIES

FERNANDO MAUDO

Director general de Vente-Privée.com Espanya

Fernando Maudo, professional amb una llarga trajectòria en el sector de la moda, ha treballat en empreses com El Corte Inglés, Inditex, Coronel Tapiocca i Caramelo. Actualment lidera Vente-Privée.com a Espanya.



Director general de Vente-Privée.com España

Fernando Maudo, profesional con una larga trayectoria en el sector de la moda, ha trabajado en empresas como El Corte Inglés, Inditex, Coronel Tapiocca y Caramelo. Actualmente lidera Vente-Privée.com en España.



Managing director Vente-Privée.com España

Fernando Maudo, a professional with a long career in the fashion industry, has worked at companies such as El Corte Inglés, Inditex, Colonel Tapiocca and Candy. Since 2010, he has been general manager of Vente-Privée.com in Spain.



LUIS LARA

Soci de Retalent

Luis Lara és un dels majors experts de retail d'Espanya, especialitzat en el negoci de la moda. Amb una llarga trajectòria professional en companyies com Inditex, Pronovias o Camper, avui lidera la consultora Retalent, des de la qual assessora diferents empreses del sector.



Socio de Retalent

Luis Lara es uno de los mayores expertos de retail de España, especializado en el negocio de la moda. Con una larga trayectoria profesional en compañías como Inditex, Pronovias o Camper, hoy lidera la consultora Retalent, desde la que asesora a diferentes empresas del sector.



Partner Retalent

Luis Lara is one of Spain's best retail experts in the business of fashion. He has had a long career in companies such as Inditex, Pronovias and Camper, and today directs Retalent consulting group, advising different companies in the fashion industry.



BIOGRAFIES PONENTS / BIOGRAFÍAS PONENTES / SPEAKERS' BIOGRAPHIES

FREDERIC SABRIÀ

Professor de direcció d'operacions de l'IESE

Frederic Sabrià és professor de direcció d'operacions i degà associat de la facultat a l'IESE. Sabrià és també un consultor actiu en el camp de la logística. Té un doctorat i un màster en enginyeria civil de la Universitat de Califòrnia, a Berkeley.



Profesor de dirección de operaciones de IESE

Frederic Sabrià es profesor de Dirección de Operaciones y decano asociado de la facultad en el IESE. Sabrià es también

un activo consultor en el campo de la logística. Tiene un doctorado y una maestría en ingeniería civil de la Universidad de California en Berkeley.



Professor of Operations Management IESE

Federico Sabrià is Professor of Operations Management and Associate Dean of Faculty at IESE. He is also an active consultant in the field of logistics. He has a masters degree and doctorate of civil engineering from the University of California, Berkeley.



ALBERT PUYOL

Consultor

Albert Puyol és un dels directius espanyols del sector de la moda amb una trajectòria més llarga i completa. L'executiu, ha estat al capdavant tant de firmes de luxe, com Loewe, com de cadenes de gran consum, com Women'secret. Després de la seva sortida de Loewe el 2009, Puyol ha assessorat firmes com Parfois, Sita Murt, TCN, Desigual o Azzaro.



Consultor

Albert Puyol es uno de los directivos españoles del sector de la moda con una trayectoria más larga y completa. El ejecutivo ha estado al frente tanto de firmas de lujo como Loewe, como de cadenas de gran consumo, como Women'secret. Tras su salida de Loewe en 2009, Puyol ha asesorado a firmas como Parfois, Sita Murt, TCN, Desigual o Azzaro.



Consultant

Albert Puyol is one of the most experienced managers in the fashion industry in Spain. The director has been at the forefront of both luxury firms such as Loewe, and chains like Women's Secret. Since leaving Loewe in 2009, Puyol has advised companies like Parfois, Sita Murt, TCN, Desigual and Azzaro.



BIOGRAFIES PONENTS / BIOGRAFÍAS PONENTES / SPEAKERS' BIOGRAPHIES

CÉSAR de VICENTE

Conseller delegat de Kiabi a Espanya

César de Vicente té una llarga trajectòria en la gestió d'empreses de gran distribució de moda. El directiu està al capdavant de la filial espanyola de la cadena de moda low cost Kiabi des del 2007. Abans, havia passat per Promod, Sport Zone o Decathlon.

la filial espanyola de la cadena de moda low cost Kiabi desde 2007. Antes había pasado por Promod, Sport Zone o Decathlon.

Managing director Kiabi España

César de Vicente has a long track record in managing fast fashion companies. He is in charge of the Spanish subsidiary of the low cost fashion chain Kiabi since 2007. He had previously worked for Promod, Sport Zone or Decathlon.



Consejero delegado de Kiabi España

César de Vicente cuenta con una larga trayectoria en la gestión de empresas de gran distribución de moda. El directivo está al frente de

ALBA ALBERT

Directora general de Forever 21 a Espanya

Alba Albert es va incorporar a l'equip directiu del grup nord-americà Forever 21 a Espanya l'abril del 2010. Prèviament, l'executiva havia treballat durant cinc anys en l'Àrea de Retail a Bershka, propietat del grup Inditex.

Managing director Forever 21 España

Alba Albert joined the management team of Forever 21 in Spain in April 2010. Previously, the executive had worked for five years in the retail area in Bershka (Inditex).



Directora general de Forever 21 a Espanya

Alba Albert se incorporó al equipo directivo del grupo estadounidense Forever 21 en España en abril de 2010. Previamente, la ejecutiva había trabajado durante cinco años en el área de retail en Bershka, propiedad del grupo Inditex.

BIOGRAFIES PONENTS / BIOGRAFÍAS PONENTES / SPEAKERS' BIOGRAPHIES

ANTONIO ÁLVAREZ

Director de Sostenibilitat Ambiental d'Inditex

Antonio Álvarez és responsable del disseny i de la implantació de l'estratègia de sostenibilitat ambiental del Grup Inditex en l'àmbit internacional, així com de la coordinació de les iniciatives i de les necessitats específiques de les diferents cadenes i països.



Director de Sostenibilidad Ambiental de Inditex

Antonio Álvarez es responsable del diseño y de la implantación de la estrategia de sostenibilidad ambiental del Grupo Inditex en el

ámbito internacional, así como de la coordinación de las iniciativas y necesidades específicas de las diferentes cadenas y países.



Director of Environmental Sustainability Inditex

Antonio Alvarez is responsible for the design and implementation of the environmental sustainability strategy of Inditex Group internationally, as well as for the coordination of initiatives for and specific needs of the different chains and countries.



DAVID GARCIA

Director general Actm

David Garcia és director general del Clúster Tèxtil Moda de Catalunya (Actm), que agrupa les principals empreses catalanes del sector. A més és impulsor de l'Institut de Ciències Socials Aplicades a la Moda, pertanyent al Centre Tecnològic Fitex.



Director general Actm

David Garcia es director general del Clúster Tèxtil Moda de Catalunya (Actm), que agrupa a las principales empresas catalanas del sector. Además es impulsor del Instituto de Ciencias Sociales Aplicadas a la Moda, perteneciente al Centre Tecnològic Fitex.



Managing director Actm

David Garcia is managing director of Clúster Tèxtil Moda de Catalunya (Actm), which groups the main Catalan companies sector. It is also driving the Institute of Applied Social Sciences at the Fashion Centre belonging to Tecnològic Fitex.



BIOGRAFIES PONENTS / BIOGRAFÍAS PONENTES / SPEAKERS' BIOGRAPHIES

GONZALO BRUJÓ

President Interbrand Espanya i Llatinoamèrica

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



President Interbrand España y Latinoamérica

Gonzalo Brujó es presidente de Interbrand, la consultora líder de marcas global, en Latinoamérica e Iberia, donde trabaja con compañías líderes del Ibex 35 y del PSI 20, con varias multinacionales e instituciones públicas, gestionando proyectos estratégicos en el ámbito de la marca, el marketing y la comunicación.

Chairman Interbrand Spain & South America

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



GRUP SEVICA
logistic quality partner

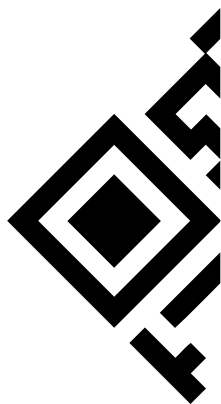

www.alienet.com

vente-privee.com 

CCAM
Consorci de Comerç,
Artisanat i Moda
de Girona

actm

modaes.es



EDIFICI DHUB





Edifici DHUB. Fotografia: Lourdes Jansana

080 BARCELONA FASHION A LA NOVA SEU DEL DISSENY HUB BARCELONA: UN ESPAI SINGULAR PER A LA MODA

Per segona vegada, el Disseny Hub Barcelona acull una nova edició del 080 Barcelona Fashion. Ara bé, si l'organització de l'edició de l'estiu del 2012 va tenir lloc en el marc dels jardins i del mateix Palau de Pedralbes, enguany l'edició d'hivern té lloc en un espai d'una magnitud molt diferent: la nova seu del Disseny Hub Barcelona, a la plaça de les Glòries.

Un edifici singular, projectat per l'equip d'MBM arquitectes per acollir les vastes col·leccions del Museu del Disseny —arts decoratives, disseny, ceràmica, indumentària i arts gràfiques—, serà el marc incomparable de tots els actes programats per als darrers dies de gener.

Enguany, en aquest 2013 tot just encetat, mentre s'hi acaba de condicionar l'interiorisme de les grans zones de servei intern de l'edifici —oficines, sales de reserva, tallers, aules...— i s'organitza el trasllat del Centre de Documentació i de les col·leccions —més de 70.000 objectes—, fins ara exhibides al Palau de Pedralbes, per poder inaugurar la nova museografia durant la primavera del 2014, el Museu no ha volgut deixar perdre l'oportunitat de contribuir a la difusió de la moda a la nostra ciutat.

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

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

Pilar Vélez
Directora del Museu
Disseny Hub Barcelona





Edificio DHUB. Fotografía: Lourdes Jansana

080 BARCELONA FASHION EN LA NUEVA SEDE DEL DISSENY HUB BARCELONA: UN ESPACIO SINGULAR PARA LA MODA

Por segunda vez el Disseny Hub Barcelona acoge una nueva edición del 080 Barcelona Fashion. Ahora bien, si la organización de la edición del verano 2012 tuvo lugar en el marco de los jardines y del mismo Palacio de Pedralbes, este año la edición de invierno tiene lugar en un espacio de magnitud muy diferente: la nueva sede del Disseny Hub Barcelona en la plaza de las Glorias.

Un edificio singular, proyectado por el equipo MBM arquitectos para acoger las vastas colecciones del Museo del Disseny – artes Decorativas, diseño, cerámica, indumentaria y artes Gráficas-, será el marco incomparable de todos los actos programados para los últimos días de enero.

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

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

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

Pilar Vélez
Directora del Museu
Disseny Hub Barcelona





Exposició "El cos vestit". Fotografia: La Fotogràfica

080 BARCELONA FASHION AT THE NEW HEADQUARTERS OF DISSENY HUB BARCELONA: A UNIQUE SPACE FOR FASHION.

For the second time the Disseny Hub Barcelona will house an edition of 080 Barcelona Fashion. While the organization of the summer edition took place within the setting of the gardens and actual Palace of Pedralbes, this year the winter edition takes place in a space of very different magnitude: the new headquarters of Disseny Hub Barcelona in Glòries square.

A unique building, from the team of architects MBM to house the vast collections of Museum of Design-Decorative Arts, Design, Ceramics, Clothing and Graphic Arts, it will be the incomparable setting for all the events programmed for the last days of January.

This year, in this 2013 just beginning, while the finishing touches are being put to the interior design of the service areas of the building-offices, hire halls, workshops, classrooms...and the relocation of the Documentation Center and the collections-more than 70.000 objects-until now exhibited at the Pedralbes Palace, to be able to inaugurate the new museography in the spring of 2014, the Museum did not want to miss the chance to contribute to the dissemination of fashion in our city

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

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

Pilar Vélez
Director
Barcelona Disseny Hub Museum





**DISSENYADORS
DISEÑADORES
DESIGNERS**



ALEXIS REYNA

30 / 01 / 2013 - 17,00h

Biografia / Biografía / Biography

Alexis Reyna és conegut per la seva forta personalitat, que combina l'alta costura artesanal, dominada per la desconstrucció, les siluetes masculines i una incessant experimentació amb l'ús de la tela i d'estampats forts, que constitueixen l'ADN de la marca.

També utilitza la seva pròpia poesia i vídeos en les seves col·leccions. Va estudiar un màster al Central Saint Martins i va treballar tres anys a l'Àsia. Entre els seus clients, hi trobem J. Lindeberg, Filippa K, Desigual i la cantant i icona de la música pop M.I.A.

Va guanyar el premi a la millor col·lecció Tardor-Hivern 2012 a la Barcelona Fashion Week. Alexis Reyna està establert a Barcelona des de l'any 2008.

Alexis Reyna, es conocido por su fuerte personalidad con una combinación de alta costura artesanal dominada por la deconstrucción, las siluetas masculinas y una entusiasta experimentación en el uso de tela y de sus fuertes estampados que constituyen el ADN de la marca.

También usa su propia poesía y vídeos en sus colecciones. Estudió un máster en el Central Saint Martins y trabajó tres años en Asia. Entre sus clientes encontramos J. Lindeberg, Filippa K, Desigual y la cantante e icono de música pop M.I.A.

Ganador del premio a la mejor colección otoño/invierno 2012 en la Barcelona Fashion Week. Alexis Reyna se ha establecido en Barcelona desde el año 2008.

Alexis Reyna, noted for a strong sense of personality with a combination of an artisanal haute couture dominated by deconstruction, masculine silhouettes and eager experimentation with the use of fabric and his own strong prints forming the brand's DNA.

He also uses his own poetry and videos in his collections. Master degree at Central Saint Martins, 3 year period of work in Asia. Works for clients such as J. Lindeberg, Filippa K and Desigual. Customers such as M.I.A pop music and icon.

Award winner Best collection 2012 Fall Winter at Barcelona FashionWeek. Alexis Reyna is based in Barcelona Since 2008.





Col·lecció / Colección / Collection

THE COUNTRY CODE

ESTIMAT TEUVO,
HE ESTAT MOLT TEMPS
ESPERANT-TE DAVANT LA PORTA.
TU TREBALLAVES MENTRE JO
ERA AQUÍ, A LA MEVA TERRA.
TU, AMB EL TEU GRUP BAIXANT
A L'INFERN DINS AQUELL
SUBMARÍ... PERDUTS.
EL MEU MÓN, EL MEU CAMP
HO ÉS TOT PER A MÍ. AQUÍ
HE TROBAT EL AMOR.
NO ET TROBO A FALTAR .



THE COUNTRY CODE

QUERIDO TEUVO,
HE ESTADO MUCHO
TIEMPO ESPERÁNDOTE
FRENTE A LA PUERTA.
TÚ TRABAJABAS MIENTRAS
YO ESTABA AQUÍ, EN MI TIERRA.
TÚ CON TU TRIPULACIÓN
DESCENDIENDO AL
INFIERNO EN AQUEL
SUBMARINO... PERDIDOS.
MI MUNDO, MI CAMPO LO
ES TODO PARA MÍ. AQUÍ
ENCONTRÉ EL AMOR.
NO TE ECHO DE MENOS.



THE COUNTRY CODE

DEAR TEUVO,
I SPENT A LONG TIME IN FRONT
OF THE DOOR WAITING.
YOU WERE WORKING WHILE
I WAS HERE IN MY COUNTRY.
YOU WITH YOUR CREW
DESCENDING TO HELL IN
YOUR SUBMARINE... LOST.
COUNTRYSIDE IS EVERYTHING,
HERE I FOUND LOVE.
I DON'T MISS YOU.



Dissenyador / diseñador / designer:
Alexis Reyna

Marca comercial / commercial brand:
Alexis Reyna

Adreça / dirección / address:
Camí Vell de Sarrià 23, 5º 3º
08029 Barcelona
Telèfon: +34 630 857 906
www.alexisreyna.com
rex@alexisreyna.com

BRAIN & BEAST

29 / 01 / 2013 - 12,30h

Biografia / Biografía / Biography

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

Les seves peces es plantegen com a jocs, endevinalles, jeroglífics d'aparent senzillesa estructural, que responen a complexes equacions geomètriques en les quals color i matèria formen part d'uns codis on res és aleatori.

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

Brain&Beast nace en

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

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

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

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

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

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





BRAIN & BEAST
BARCELONA

Col·lecció / Colección / Collection

Décalogue. Part V

< EROTIC >

E.xcitant

R.ecargolat

O.bscur

T.emptador

I.nversemblant

C.hic



Décalogue. Part V

< EROTIC >

E.xcitante

R.etorcido

O.scuro

T.entador

I.nverosímil

C.hic



Décalogue. Part V

< EROTIC >

E.xciting

R.ocker

O.bscure

T.wisted

I.ncredible

C.hic



Dissenyador / diseñador / designer:
Àngel Vilda

Marca comercial / commercial brand:
Brain&Beast

Adreça / dirección / address:
Ronda Universitat 20, Principal 4º
08007 Barcelona
Telèfon: +34 637 483 569
www.brainandbeast.com
info@brainandbeast.com

CELIA VELA

29 / 01 / 2013 - 18,00h

Biografia / Biografía / Biography

Debuta a la passarel·la oficial de Barcelona el 1998. Actualment, participa en el 080 Barcelona Fashion.

Té botiga pròpia a Figueres. Introdueix les seves col·leccions al Japó l'any 1998 i, en aquests moments, compta amb un showroom propi a Tòquio (Ginza) i està a punt d'inaugurar-hi una botiga.

A més de Barcelona i Tòquio, també presenta les seves col·leccions a París, en el marc del saló Atmosphère, de la Setmana dels Creadors, o a Pure London. Ha col·laborat amb Coty-Astor, ModaFAD, Barcelona Moda Centre, Dupont, el Cercle Tèxtil i Lucky Strike, entre d'altres.

Per a l'Exposició Universal de Saragossa, va dissenyar i produir els uniformes del pavelló del Japó. Des de 1998, participa habitualment en taules rodones i en conferències sobre temes de moda.

Debuta en la pasarela oficial de Barcelona en 1998. Actualmente, participa en la 080 Barcelona Fashion.

Tiene establecimiento propio en Figueres. Introduce sus colecciones en Japón en el año 1998; actualmente cuenta con un showroom propio en Tokio (Ginza) y está a punto de inaugurar otra tienda.

Además de en Barcelona y Tokio, también presenta sus colecciones en París, en el marco del salón Atmosphère de la Semana de los Creadores o en Pure London. Ha colaborado con Coty-Astor, ModaFAD, Barcelona Moda Centre, Dupont, el Cercle Tèxtil, Lucky Strike, entre otros.

Para la Exposición Universal de Zaragoza diseñó y produjo los uniformes del pabellón de Japón. Desde 1998, participa habitualmente en mesas redondas y conferencias sobre temas de moda.

Celia made her debut in Barcelona's official catwalk in 1998. Nowadays, she presents her collections on the 080 Barcelona Fashion runway.

She has a store in Figueres. In 1998, she introduced her collections in Japan. Nowadays, She now owns a showroom in Tokyo (Ginza), where she is about to open a new store.

Apart from Barcelona and Tokyo, she presents her collections in Paris, at Atmosphère during the Paris Fashion Designers' Week or in Pure London. She has also collaborated with Coty-Astor, ModaFAD, Barcelona Moda Centre, Dupont, the Textile Center, and Lucky Strike, among others.

She designed and made the uniforms for the Japanese Pavilion at the Zaragoza Expo. Since 1998, she is a regular participant in round tables.





Celia Vela

Col·lecció / Colección / Collection

Milfulls

Si veniu a la nostra
desfilada, hi descobrireu
la història dels milfulls.



Milhojas

Si venís a nuestro
desfile, descubriréis la
historia de las milhojas.



Mille-feuille

*If you come to our
fashion show, you will
discover the story
of mille-feuille.*



Dissenyador / diseñador / designer:
Celia Vela

Marca comercial / commercial brand:
Celia Vela

Adreça / dirección / address:
Banyuls, 2, baixos
17600 Figueres, Girona
Telèfon: +34 972 674 617
www.celiavela.com
info@celiavela.com

JAN IÚ MÉS for PUNTO BLANCO

30 / 01 / 2013 - 12,00h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

Jan iú Més, marca de prêt-à-porter masculina, composta per Zamora i Alfonso Peña, establerta a Barcelona. Han participat a la Passarel·la Gaudí (Barcelona), a la Pasarela Abierta (Múrcia), al Festival Noovo (Santiago de Compostel·la), al 080 Barcelona Fashion (Barcelona) i a la Cibeles Madrid Fashion Week.

Entre les seves aparicions a la premsa, cal destacar Dazed & Confused (Japó), Surface (Nova York), MetroPop (Los Angeles), Kult Magazine (Itàlia), Neo2 (Espanya), B-guided (Espanya) i Tendencias (Espanya), entre d'altres.

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

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

Jan iú Més, marca de prêt-à-porter masculina, compuesta por Zamora y Alfonso Peña, establecida en Barcelona. Han participado en la Passarel·la Gaudí (Barcelona), en la Pasarela Abierta (Murcia), en el Festival Noovo (Santiago de Compostela), en el 080 Barcelona Fashion (Barcelona) y en la Cibeles Madrid Fashion Week.

Entre sus apariciones en prensa cabe destacar Dazed & Confused (Japón), Surface (Nueva York), MetroPop (Los Ángeles), Kult Magazine (Italia), Neo2 (España), B-guided (España) y Tendencias (España), entre otras.

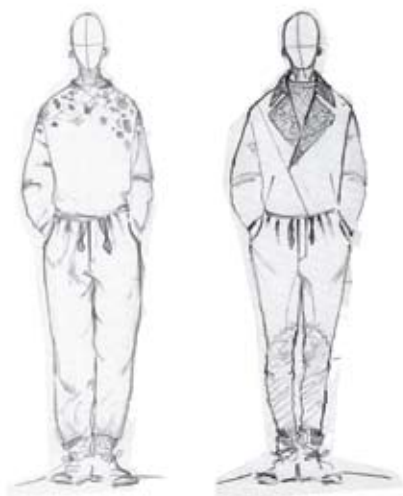
Punto Blanco has been making up-market socks since 1948 and has been present in the international market since 1953. Punto Blanco Underwear was created in 1996 with the aim of satisfying the need to incorporate fashion into underwear design.

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

Jan iú Més. Jan Zamora and Alfonso Peña are the talent behind Barcelona-based men's clothing brand Jan iú Més. They have taken part in the Passarel·la Gaudí (Barcelona), the Pasarela Abierta (Murcia), the Festival Noovo (Santiago de Compostela), 080 Barcelona Fashion (Barcelona) and Cibeles Madrid Fashion Week.

Their appearances in the press include Dazed & Confused (Japan), Surface (New York), MetroPop (Los Angeles), Kult Magazine (Italy), Neo2 (Spain), B-guided (Spain) and Tendencias (Spain), among others.





Col·lecció / Colección / Collection

NEW ERA LIFE & STYLE

Jan iú Més for Punto Blanco és el resultat de la sinergia creada entre la tradició, la historia i el bon fer que, des de 1948, treballa Punto Blanco, juntament amb un dels valors més potents dintre de l'escena de moda d'avantguarda espanyola, Jan iú Més, composta per Alfonso Peña i Jan Zamora.

D'aquest encontre neix una línia "in&out", una proposta entre el homewear i street, valorant sempre la comoditat, el relax i la calma. Sense perdre mai el caràcter i la personalitat.



NEW ERA LIFE & STYLE

Jan iú Més for Punto Blanco es el resultado de la sinergia creada entre la tradición, historia y el buen hacer que desde 1948 trabaja Punto Blanco, juntamente con uno de los valores más potentes dentro de la escena de moda de vanguardia española, Jan iú Més, compuesta por Alfonso Peña y Jan Zamora.

De este encuentro nace una línea "in&out", una propuesta entre el homewear y street, valorando siempre la comodidad, el relax y la calma, sin perder nunca el carácter y la personalidad.



NEW ERA LIFE & STYLE

Jan iú Més for Punto Blanco is the result of a synergy between tradition, history and knowhow which Punto Blanco has practiced since 1948, in conjunction with one of the most powerful geniuses within the avant-garde Spanish fashion sphere, Jan iú Més, composed by Alfonso Peña and Jan Zamora.

From this encounter the "in&out" line is born, a proposal somewhere between homewear and streetwear, prioritizing comfort, relaxation and calm without ever sacrificing character or personality.



Dissenyador / diseñador / designer:
Punto Blanco

Marca comercial / commercial brand:
Punto Blanco

Adreça / dirección / address:
Av. Balmes, 16
08700 Igualada (Barcelona)
Telèfon: +34 938 035 252
Fax: +34 938 044 362
www.puntoblanco.com
azenon@puntoblanco.com

JOSEP ABRIL

29 / 01 / 2013 - 17,00h

Biografia / Biografía / Biography

Neix a Barcelona l'any 1962. Estudia belles arts. Estudia disseny de moda a l'EATM de Barcelona. L'any 1996 crea la seva pròpia marca, JOSEP ABRIL, una col·lecció de total look per a l'home, que es comercialitza a botigues internacionals.

Presenta la seva col·lecció amb desfilades a les passarel·les de Barcelona i de Madrid. Del 2003 al 2010 és director creatiu de la col·lecció d'home Armand Basi One. Ha presentat les seves col·leccions per a Armand Basi One a la passarel·la internacional de París.

L'any 2006, crea la línia de sastreria a mida BESPOKE. El 2007, amb la marca UNIFORMED BY, crea una línia d'uniformitat de luxe. Col·labora amb clients com l'Hotel Omm, Grupo Tragaluz o Monvinic. Des del 2009 imparteix classes i workshops a diverses escoles de disseny.

Nace en Barcelona en 1962. Estudia Bellas Artes. Estudia diseño de moda in E. A.T.M. de Barcelona. En 1996 crea su propia marca JOSEP ABRIL, una colección de total look hombre que se comercializa en tiendas nacionales e internacionales.

Presenta su colección con desfiles en las pasarelas de Barcelona y Madrid. Del 2003 al 2010 es director creativo de la colección de hombre ARMAND BASI ONE. Ha presentado sus colecciones para Armand Basi One en la pasarela internacional de París.

En 2006 crea la línea de sastrería a medida BESPOKE. En 2007 con la marca UNIFORMED BY crea una línea de uniformidad de lujo. Colabora con clientes como el Hotel Omm, el Grupo Tragaluz o Monvinic. Desde 2009 imparte clases y workshops en diferentes escuela de diseño.

Josep Abril is born in 1962. He studies fine arts. He studies fashion design at E.A.T.M. in Barcelona. He creates his own brand, JOSEP ABRIL, in 1996. With this brand he creates a total look men's collection commercialized nationally and internationally.

He presents his collection on the catwalks of Barcelona and Madrid. From 2003 to 2010 he is creative director of the ARMAND BASI ONE men's collection. His collections for Armand Basi One have been presented on the Paris catwalk.

In 2006 he creates a made to measure tailored line, BESPOKE. In 2007 with the UNIFORMED BY brand he creates a line of luxury uniforms. He collaborates with clients such as the Hotel Omm, the Tragaluz group or Monovic. Since 2009 he teaches and organizes workshops at a number of design schools.





JOSEP ABRIL

Col·lecció / Colección / Collection

AW#2013/14N32
 "Redemption",
 de les cendres neix
 el que és nou.



AW#2013/14N32
 "Redemption",
 de las cenizas
 nace lo nuevo.



AW#2013/14N32
 "Redemption",
 from the ashes
 the new is born.



Dissenyador / diseñador / designer:
 JOSEP ABRIL

Marca comercial / commercial brand:
 JOSEP ABRIL

Adreça / dirección / address:
 Consell de Cent, 159
 08015, Barcelona
 Telèfon: +34 93 004 82 70
www.josepabril.com
contact@josepabril.com

JUAN PEDRO LOPEZ

30 / 01 / 2013 - 19,00h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

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

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

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

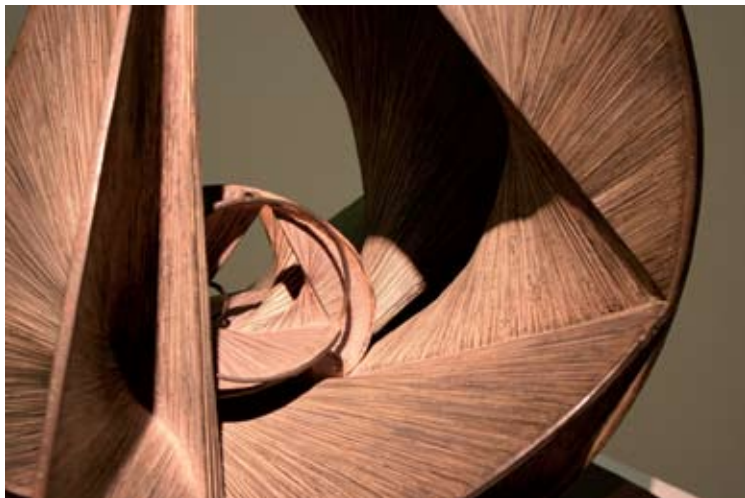
Invitado en la 1ª edición del 080 Barcelona Fashion, desde el 2007 compagina su trabajo de diseñador con el de estilista. Abre tienda propia en Barcelona en octubre de 2010 y en Julio de 2011 retorna a la Pasarela 080 Barcelona Fashion.

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

Between 2000 and 2005 he unveils six collections at the Gaudí Young Designers Show. In 2005 López makes his Paris debut and on top of that, is invited to the Almaty Fashion Week in Kazakhstan.

Present for the second time at the Paris Fashion Week in March 2006, he returns to the Barcelona catwalk for the first edition of 080 Barcelona Fashion. Since 2007 he combines his work as a designer with that of a stylist.





JUAN PEDRO LOPEZ

Col·lecció / Colección / Collection

Part XIV

Part XIV – A través del fil de l'art.



Parte XIV

Parte XIV- A través del hilo del arte



Part XIV

Part XIV - Through the thread art.



Dissenyador / diseñador / designer:
Juan Pedro López

Marca comercial / commercial brand:
JUAN PEDRO LOPEZ

Luis Antúnez 19, t3
08006 Barcelona
Telèfon: +34 931 246 659
www.juanpedrolopez.com
info@juanpedrolopez.com

Adreça / dirección / address:

JUSTICIA RUANO

29 / 01 / 2013 - 11,30h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

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

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

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

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

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

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

After having followed a solid upward trajectory in the world of design, after creating and being responsible for the artistic direction of different brands, in 2009 Justicia Ruano decides to go it alone and launches her own collection for today's woman.

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

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

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





Col·lecció / Colección / Collection

NEOFUTURISME I OPULÈNCIA

Una vegada més, la idea principal o leimotiv de la meua col·lecció pren com a base la contraposició d'idees, en aquest cas el neofuturisme i l'opulència.

El futurisme, com a moviment artístic d'avantguarda, buscava trencar amb la tradició, amb el passat i amb els signes convencionals de la història de l'art. Considerava, com a elements principals, el valor, l'audàcia i la revolució. Tenia com a postulat l'exaltació d'allò sensual, rebutjava l'estètica tradicional i va intentar exaltar la vida contemporània.

L'opulència, al contrari, és l'abundància o riquesa excessiva de béns, el luxe, l'exuberància, la superabundància, la copiositat, l'excés i l'extravagància.

NEOFUTURISMO Y OPULENCIA

Una vez más la idea principal o leimotiv de mi colección tiene como base la contraposición de ideas, en este caso el neofuturismo y la opulencia.

El futurismo como movimiento artístico de vanguardia buscaba romper con la tradición, el pasado y los signos convencionales de la historia del arte. Consideraba como elementos principales el valor, la audacia y la revolución. Tenía como postulado la exaltación de lo sensual y rechazaba la estética tradicional e intentó ensalzar la vida contemporánea.

La opulencia, por contra, es la abundancia o riqueza excesiva de bienes, el lujo, la exuberancia, la superabundancia, la copiosidad, el exceso y la extravagancia.

NEO-FUTURISM AND OPULENCE

Once again the main idea or leimotiv of my collection is based on the juxtaposition of ideas-in this case neo-futurism and opulence.

Futurism as a vanguard movement looked to break with tradition, the past and the conventional signs of the history of art. Its main elements were courage, audacity and revolution. It postulated the exaltation of the sensual and rejected traditional aesthetics and tried to live up contemporary life.

Opulence, in contrast, is the abundance or excess of material wealth, luxury, exuberance, overabundance, copiousness, excess and extravagance.



Dissenyador / diseñador / designer:
Justicia Ruano

Marca comercial / commercial brand:
Justicia Ruano

Adreça / dirección / address:
Diputació, 293, ent. 2ª
08009 Barcelona
Telèfon: +34 933 078 130
www.justiciaruano.com
info@justiciaruano.com

KATARINA GREY

30 / 01 / 2013 - 11,00h

Biografia / Biografía / Biography

Katrin Garí va néixer a Barcelona l'any 1987. Va cursar els seus estudis de disseny de moda a la prestigiosa escola Parsons de Nova York. Als seus 25 anys, ja ha presentat la seva primera col·lecció a la New York Fashion Week.

Al seu currículum destaca la seva feina per Oscar de la Renta, Giambattista Vali i Moncler Gamme, entre d'altres.

Katrin Garí nació en Barcelona el año 1987. Cursó sus estudios de diseño de moda en la prestigiosa escuela Parsons de Nueva York. A sus 25 años, ya ha presentado su primera colección en la New York Fashion Week.

En su currículum destaca su trabajo para Oscar de la Renta, Giambattista Vali y Moncler Gamme, entre otros.

Katrin Garí was born in Barcelona in 1987. She carried out her design studies at the prestigious Parsons School in New York. At the age of 25 she has already unveiled her first collection at the New York Fashion Week.

The list of people she has worked for features Oscar de la Renta, Giambattista Vali and Moncler Gamme, inter alia.





KATARINA ∞ GREY

Col·lecció / Colección / Collection

Opulència decadent

La segona col·lecció de la dissenyadora catalana es basa en l'abundància excessiva dels objectes luxosos presents a la nostra vida quotidiana.

Elaborada de forma artesanal amb les tècniques de la costura tradicional, utilitza teixits rics i amb cos per arribar a unes peces que destaquen per les seves formes orgàniques.



Opulencia decadente

La segunda colección de la diseñadora catalana se basa en la abundancia excesiva de los objetos lujosos presentes en nuestra vida cotidiana.

Elaborada de manera artesanal con las técnicas de la costura tradicional, utiliza tejidos ricos y con cuerpo para conseguir unas piezas que destacan por sus formas orgánicas.



Decadent Opulence

The second collection from the Catalan designer is based on the excessive abundance of luxury items present in our daily lives. Elaborately handmade using techniques from traditional sewing, she utilizes rich fabrics and rich in body so that the end result are garments that stand out owing to their organic nature.



Dissenyador / diseñador / designer:
KATARINA GREY

Marca comercial / commercial brand:
KATARINA GREY

Adreça / dirección / address:
Joan Obiols 15-17, 1er 1a esc A
08034 Barcelona
Telèfon: +34 658 430 198
www.katarinagrey.com
grey.katarina@gmail.com

MANUEL BOLAÑO

29 / 01 / 2013 - 16,00h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

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

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

i Estiu 2012, amb "Como reparar un corazón roto".



Nacido en Barcelona, pero criado en Galicia.

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

Participa en la Pasarela Abierta de Murcia, y gana premios en los Concursos de Jóvenes Creadores de Madrid, Festival Noovo de Santiago de Compostela, Murcia Joven y es seleccionado para el Projecte Bressol de la Generalitat de Catalunya. Desde 2008 presenta sus colecciones en 080 Barcelona Fashion y ha sido ganador del Premio a la Mejor Colección

femenina en dos ocasiones. Summer 2011 "Algo de mí" y Summer 2012 "Cómo reparar un corazón roto".



Manuel Bolaño is born in Barcelona, but brought up in the Spanish province of Galicia.

In 2002 he moves back to Barcelona, and in 2007 graduates from the College of Design and Fashion Felicidad Duce, where he wins the prize for the Best Collection in his year-group at Bread & Butter Barcelona.

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

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





MANUEL BOLAÑO

ARTISAN DEPUIS 2008

Col·lecció / Colección / Collection

Rêves d'un voyage

Viatge glacial al color d'un dia trist, a una petita edat de gel, on no se sent res, on el fred és l'únic consol. Sento els meus pensaments fugaçs, on s'emmagatzemen records. Flocs rodons cauen solitaris davant la llum groga. La neu del cor.



Rêves d'un voyage

Viaje glacial al color de un día triste, a una pequeña edad de hielo, donde no se siente, donde el frío es el único consuelo. Siento mis fugaces pensamientos donde se almacenan recuerdos. Copos redondos caen solitarios ante la amarilla luz. La nieve del corazón.



Rêves d'un voyage

A glacial voyage the color of a sad day, to a brief ice age, to a numbness in which the cold is the only consolation. Fleeting thoughts holding stored memories are felt. Round snow-flakes fall, one by one, backlit by the yellow light. The snow of the heart.



Dissenyador / diseñador / designer:
Manuel Bolaño Gómez

Marca comercial / commercial brand:
Manuel Bolaño

Adreça / dirección / address:
Aragó, 344, 3º 1ª
08009 Barcelona
Telèfon: +34 687 644 750
www.manuelbolano.com
info@manuelbolano.com

MARTINEZ LIERAH

31 / 01 / 2013 - 19,00h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

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

formes i línies rectes. Una fusió de pensaments convertits en espontaneïtat.



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

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

La mezcla de sus raíces latinas, juxtapuesta a un ambiente

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

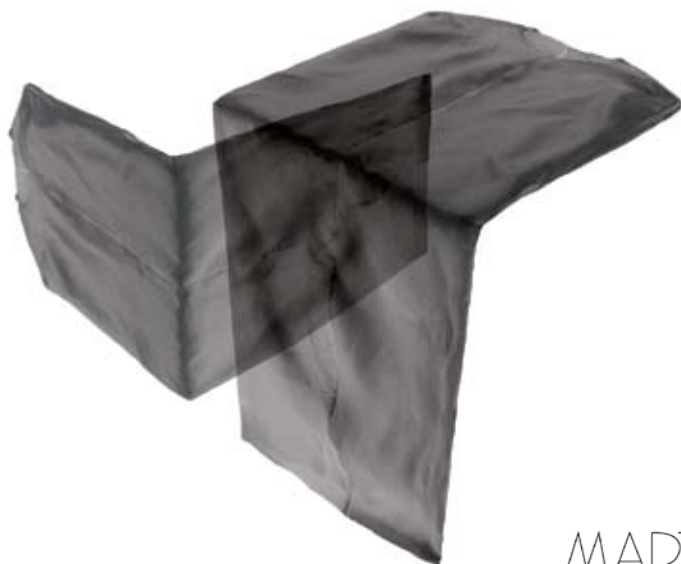


Daniel Lierah and Arturo Martinez established their Paris studio in 2010 to commence a design project in women's ready to wear.

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

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





MARTINEZ LIERAH

Col·lecció / Colección / Collection

HEARST

Martínez Lierah troba la inspiració per a la col·lecció d'hivern del 2013 en la idea de lluir físicament una persona sense el seu consentiment per desenvolupar una relació extraordinària i molt poc comuna, sovint denominada síndrome d'Estocolm.

La col·lecció intenta capturar aquell moment intens i fràgil en què dues persones es converteixen en una de sola, en què el segrestador es transforma en un símbol d'esperança de primer ordre, en què la víctima s'esvaeix en ell, però no de manera negativa. El captador no és vist com un monstre, sinó com un amant. Qui està empresonat, el captador o la víctima? Tots dos es necessiten l'un a l'altre per sobreviure.

Martínez Lierah estudia aquesta paradoxal història d'amor amb les estàtues de Berlín de Bruyckere i els búnquers de Cabourg com a referents.



HEARST

Martínez Lierah encuentra la inspiración para el Invierno 2013 en la idea de lucir físicamente una persona sin su consentimiento para desarrollar una relación extraordinaria y muy poco común a menudo denominada Síndrome de Estocolmo.

La colección trata de capturar ese momento intenso y frágil en el que dos personas se convierten en una sola, en el que el secuestrador se transforma en un símbolo de Esperanza de primer orden en el que la víctima se desvanece, aunque no de modo negativo. El captor no es visto como un monstruo si no como amante. Quien está encarcelado, el captor o la víctima, pues ambos se necesitan para seguir viviendo.

Martínez Lierah estudia esta paradójica historia de amor con las estatuas de Berlín de Bruyckere y los búnkers de Cabourg como referentes.



HEARST

For Winter 2013 Martinez Lierah finds inspiration in the idea of physically a sporting a person without their consent, only to develop an extraordinarily rare relationship often denominated as Stockholm Syndrome.

The collection tries to Capture that intense and fragile moment when two people become a single person, when the captor becomes such an important symbol of Hope that the victim disappears into him, but not in a negative way. It is not the captor as a monster, but the captor as a lover. Who is imprisoned, the captor or the victim, for they both need each other to survive.

With the statues of Berlín de Bruyckere and the bunkers of Cabourg as references, Martinez Lierah studies this paradoxical love story.



Dissenyador / diseñador / designer:
Arturo Martínez, Daniel Lierah

Marca comercial / commercial brand:
Martínez Lierah

Adreça / dirección / address:
46 rue Durantin
75018 Paris (France)
Téléfon: 00 33 (0) 067 419 888
www.martinezlierah.com
info@martinezlierah.com

MIRIAM PONSA

30 / 01 / 2013 - 16,00h

Biografia / Biografía / Biography

Miriam Ponsa és una dissenyadora catalana originària de Manresa. És diplomada en Disseny de Moda per la Universitat de Southampton (Regne Unit) i posteriorment especialitzada en "Disseny i Tècniques de Punt" a Igualada.

MIRIAM PONSA és un equip de persones que treballen per aconseguir els mateixos objectius i que gràcies a la seva unió i harmonia ajuden a crear aquest món tan personal i genuí.

La col·lecció MIRIAM PONSA ha estat guardonada últimament amb el premi Barcelona és Moda 2007 a la millor empresa emergent, atorgat per la Cambra de Comerç de Barcelona, i amb el premi 080 Barcelona Fashion 2010 a la millor col·lecció de dona tardor-hivern 2010-2011, atorgat per la Generalitat de Catalunya.

Diseñadora catalana originaria de Manresa, es diplomada en Diseño de Moda por la Universidad de Southampton (Reino Unido) y posteriormente especializada en "Diseño y Técnicas de Punto" en Igualada.

MIRIAM PONSA es un equipo de personas que trabajan para conseguir los mismos objetivos y que gracias a su unión y armonía ayudan a crear este mundo tan personal y genuino.

La colección MIRIAM PONSA ha estado galardonada últimamente con el premio Barcelona es Moda 2007 a la mejor empresa emergente otorgado por la Cambra de Comerç de Barcelona y con el premio 080 Barcelona Fashion 2010 a la mejor colección otoño-invierno 2010-2011, otorgado por la Generalitat de Catalunya.

This designer from Manresa in Catalonia, earns her fashion design degree from the University of Southampton (UK) and later specializes in Knitwear Design and Techniques in Igualada (Spain).

Miriam Ponsa is a team of people working towards with shared objectives. Their union and harmony enables them to create this very personal and authentic world.

The MIRIAM PONSA collection was given the "Barcelona és Moda" prize in 2007 for the best emerging enterprise, awarded by the Barcelona Chamber of Commerce and the 080 Barcelona Fashion prize for the best women's Autumn/Winter collection for 2010 - 2011, awarded by the Catalan Government.





MIRIAM PONSA 

Col·lecció / Colección / Collection

TRANSHUMÀNCIA

Els protagonistes d'aquesta col·lecció són els pastors i les pastores i els seus ramats. El moviment continu i la migració animal en són la font d'inspiració.

Els teixits de llana, de seda i de cotó estan presents en tota la col·lecció. S'imposen la manipulació de teixits i el treball amb les diferents tècniques de teixidura. Les formes amples i caigudes donen pas a una figura mig diluïda en el paisatge. Els colors són els de la terra, els dels animals i els de la naturalesa.



TRASHUMANCIA

Los protagonistas de esta colección son los pastores y pastoras y sus rebaños. El movimiento continuo y la migración animal son la fuente de inspiración.

Los tejidos de lana, seda y algodón están presentes en toda la colección. Se imponen la manipulación de tejidos y el trabajo con las diferentes técnicas de tejeduría. Las formas amplias y caídas dan paso a una figura medio diluida en el paisaje. Los colores son los de la tierra, los animales y la naturaleza.



TRANSHUMANCE

The protagonists of this collection are the shepherds and shepherdesses and their flocks. Constant movement and animal migration are the sources of inspiration.

Wool, silk and cotton fabrics are found throughout the collection. Different ways of working the fabrics and different weaving techniques dominate. Ample forms and the fall of the garments give rise to a figure partly dissolved into the landscape. The colors are those of the earth, animals and nature.



Dissenyador / diseñador / designer:
MIRIAM PONSA

Marca comercial / commercial brand:
MIRIAM PONSA

Bruc, 25
08241 Manresa, Barcelona
Telèfon: +34 938 721 758
Fax: +34 938 728 753
www.miriamponsa.com
info@miriamponsa.com

SCHIPPER ARQUES

30 / 01 / 2013 - 20,00h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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





SCHIPPER/ARQUES

Col·lecció / Colección / Collection

El retrat de Dorian Grey. Part III. "La transformació"

"L'últim desig xiuxiuejat en l'edat és viure-ho tot de nou una altra vegada."

Aquesta tercera i última de tres col·leccions, tanca el tríptic sobre una dona tan obsesionada per la seva aparença que ha provat tots els possibles de la medicina moderna per semblar 40 anys més jove. Si la seva aparença canvia, també canvia el món que l'envolta, perquè la gent aprecia de diferent manera una papallona que una eruga, encara que, en essència, siguin el mateix animal.

Les experiències, els records, el penediment, els amors i tot allò que comporta el pas dels anys, no estaran influenciats per una pell diferent. Quan et mires al mirall, l'única cosa que veus és la teva realitat, que és impossible d'amagar.

Aquesta col·lecció tracta de la riquesa de l'edat i de l'audàcia de la joventut, i d'una dona que vendria la seva ànima per tornar a aparentar 18 anys.

El retrato de Dorian Grey. Parte III. "La transformación"

"El último deseo susurrado en la edad es vivirlo todo de nuevo".

Esta tercera y última de tres colecciones, cierra un tríptico sobre una mujer tan obsesionada por su apariencia que ha hecho todo lo que estaba en manos de la medicina moderna para parecer 40 años más joven. Si su apariencia cambia, también cambia el mundo a su alrededor, ya que la gente aprecia de distinta manera a una mariposa que a una oruga aunque en esencia sean el mismo animal.

Las experiencias, los recuerdos, los arrepentimientos, los amores y todo lo que el paso de los años conlleva, no estarán influenciados por una piel diferente, cuando te miras al espejo lo único que ves es tu realidad y ésta es imposible de esconder.

Esta colección nos da a conocer la riqueza de la edad y la audacia de la juventud y a una mujer que vendería su alma para volver a aparentar que tiene 18 años.

The picture of Dorian Grey. Part III, "The transformation"

"The last whispered wish of age is to live it all again."

This third and final of three collections closes the triptych about a woman so obsessed by her appearance that she has done everything possible by modern medicine to look 40 years younger. With changing the way she looks she changes the world around her; people have a different appreciation for a butterfly then they have for a caterpillar, although in essence it is the same animal.

Experiences, memories, regrets, loves and everything that comes with aging won't be influenced by a different skin, when you look in the mirror the only thing you see is your reality, impossible to shed.

This collection is about the wealth of age and the boldness of youth, and about a woman that would sell her soul to look like she is 18 again.



Dissenyador / diseñador / designer:
Boris Schipper,
Tomas Pedrosa Arques

Marca comercial / commercial brand:
Schipper/Arques

Adreça / dirección / address:
Kattegatstraat, 6
3500 Hasselt, Limburg (Bèlgica)
Telèfon: +32 498 33 50 63
www.shipperarques.com
info@shipperarques.com

SUR

29 / 01 / 2013 - 10,30h

Biografia / Biografía / Biography

Un viatge al Japó quan era adolescent va ser el catalitzador del desig de Laura Figueras per fer carrera com a dissenyadora de moda.

L'any 2011 va emprendre aquella feina que l'estava apassionant des de feia molt de temps: la creació d'una firma que marca un estil de vida centrat en la roba de luxe per a la dona, en la qual s'inclourien accessoris, fragàncies i articles de cuir.

Debuta per a l'edició primavera-estiu 2013 amb la primera col·lecció càpsula: patrons complexos es combinen amb els millors teixits per crear una línia elegant i direccional. Elegància sòbria en essència.

Un viaje a Japón cuando era adolescente fue el catalizador del deseo de Laura Figueras para hacer carrera como diseñadora de moda.

En 2011, emprendió ese trabajo que le estaba apasionando desde hacía mucho tiempo: la creación de una firma que marca un estilo de vida centrado en ropa de lujo para mujer, pero que a la vez también incluye accesorios, fragancias y artículos de cuero.

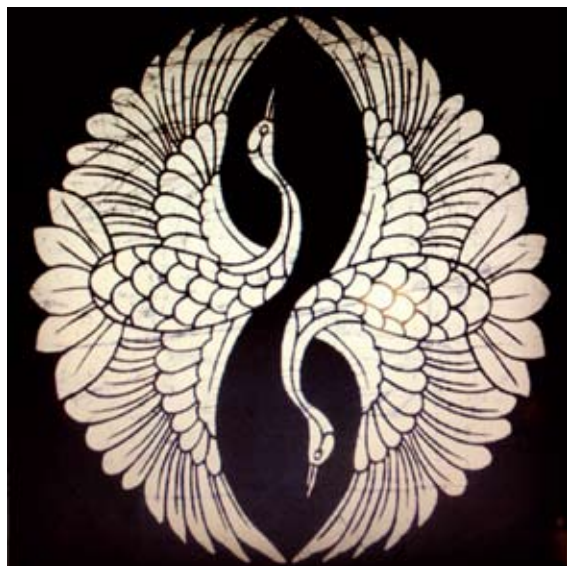
Debuta en la edición Primavera-Verano 2013 con la primera colección-cápsula: patrones complejos combinados con las mejores telas para crear una línea elegante y direccional. Elegancia tenue en su esencia.

A trip to Japan as a teenager was the catalyst to Laura Figueras desire to pursue a career as a fashion designer.

In 2011 she began work on a long-term passion, the creation of a total lifestyle brand, centered around luxury womenswear, but including accessories, fragrance, and leather goods.

It debuts for Spring Summer 2013 with the first capsule collection; complex patterns combine with the finest fabrics for an elegant and directional line with understated elegance at its heart.





SUR.

Col·lecció / Colección / Collection

Okinawa

La col·lecció d'hivern SUR està inspirada en el sud del Japó, concretament en l'illa d'Okinawa, en les flors, i en la màgia de les fotografies de Tim Walker.

Els patrons són estructurats i gràfics, i alhora femenins i amb delicats detalls que transporten a un món de fantasia. Les sedes fines i les llanes angleses es treballen de manera artesanal, fet que fa que cada peça sigui única i que es pugui personalitzar per a cada client.

Aquesta temporada, SUR introdueix les pells més exquisides del país, que enriqueixen la col·lecció i accentuen el seu luxe enfocat a una dona moderna.



Okinawa

La colección de invierno SUR está inspirada en el sur de Japón, concretamente la isla de Okinawa, las flores y la magia de las fotografías de Tim Walker.

Los patrones son estructurados y gráficos a la vez que femeninos y con delicados detalles que transportan a un mundo de fantasía. Las sedas finas, las lanas inglesas están trabajadas de manera artesanal lo que hace que cada pieza sea única y se puedan personalizar para cada cliente.

Esta temporada, SUR introduce las pieles más exquisitas del país que enriquecen la colección y acentúan su lujo enfocado a una mujer moderna.



Okinawa

The winter collection SUR is inspired by the south of Japan, more specifically the island of Okinawa, the flowers and the magic of Tim Walker's photographs.

The patterns are structured and graphic whilst being feminine with intricate details which transport one to a world of fantasy. Fine silks and English wool are worked by hand making each piece unique. Garments can be custom made for each client.

This season SUR introduces the most exquisite leathers of the country which enrich the collection and accentuate its luxuriousness aimed at the modern woman.



Dissenyador / diseñador / designer:
Laura Figueras Nogueira

Marca comercial / commercial brand:
Sur

Adreça / dirección / address:
Joan Miro, 33
08970 Sant Joan Despí, Barcelona
Telèfon: +34 633 880 109
www.sur-studio.co.uk
laura@sur-studio.co.uk

WHO

30 / 01 / 2013 - 13,00h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

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

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



Laia Roca creó la marca WHO el año 2000.

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

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

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



Laia Roca created the WHO brand in 2000.

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

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

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





who

Col·lecció / Colección / Collection

Temps sense temps

Temps
Em cal temps,
necessito aquell temps,
que altres deixin abandonat
perquè els sobra o perquè
ja no saben
què fer-ne
temps
en blanc
en vermell
en verd
fins i tot en castany fosc
no m'importa el color
temps càndid
que jo no puc obrir
i tancar
com una porta

temps per mirar un arbre un fanal
per caminar pel caire del descans
per pensar que bé avui és hivern
per morir una mica
i néixer de seguida
i per adonar-me'n
i per donar-me corda
temps per amagar-me
en el cant d'un gall
i per reaparèixer
en un renill
i per estar al dia
per estar a la nit
temps sense reserva
i sense rellotge

(...) Autor: Mario Benedetti

El negre com a base
estructural de la col·lecció,
amb matisos en verd petroli,
granat i blanc trencat. Teixits
amb cos, barrejats amb
textures envoltants,
patronatge de sastreia,
detalls cuidats, talls curiosos.

Tiempo sin tiempo

Preciso tiempo, necesito ese
tiempo,
que otros dejan abandonado
porque les sobra o ya no saben
que hacer con él
tiempo
en blanco
en rojo
en verde
hasta en castaño oscuro
no me importa el color
cándido tiempo
que yo no puedo abrir
y cerrar
como una puerta

tiempo para mirar un árbol un farol
para andar por el filo del descanso
para pensar qué bien hoy es
invierno
para morir un poco
y nacer enseguida
y para darme cuenta
y para darme cuerda
tiempo para esconderme
en el canto de un gallo
y para reaparecer
en un relincho
y para estar al día
para estar a la noche
tiempo sin recato y sin reloj

(...) Autor: Mario Benedetti

El negro como base
estructural de la colección
con matices en verde petróleo,
granate y blanco roto. Tejidos
con cuerpo mezclados con
texturas envolventes, patronaje
de sastrería, detalles cuidados,
cortes curiosos.



Time without time

The right time, I need that time,
that others leave strewn
because they have too much or no
longer know
what to do with it
time
blank, in white
in red
in green
even in dark brown
I don't mind the color
peaceful time
which I cannot open
and shut
like a door

time enough to look at a tree a lamp
post
to walk along the edge of rest
to think how nice that today is winter
to die a little
and be born immediately
and in order to realize
and to wind myself up
time enough to hide
in the crowing of a cock
and to reappear
in a neigh of a horse
and to be up-to-date in the day
to be there at night
time without modesty and without
measure

(...) Author: Mario Benedetti

Black as a structural base of the
collection with petrol-green hues,
maroon and cream. Fabrics with
body infused with enveloping
textures, tailored pattern,
painstaking details, curious cuts.



Dissenyador / diseñador / designer:
Laia Roca

Marca comercial / commercial brand:
Who

www.facebook.com/whobcn
www.twitter.com/who_bcn
www.instagram.com/who_bcn

Adreça / dirección / address:
Enric Morera 14
08950 Esplugues del Llobregat,
Barcelona
Telèfon: +34 93 372 11 12
www.who-bcn.com
who.laiaroca@gmail.com

ZAZO & BRULL

30 / 01 / 2013 - 18,00h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

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

En la tercera edició que es va celebrar del concurs internacional Botón - Mango Fashion Awards, zazo&brull va ser triada entre els deu

finalistes com a únics representants espanyols.



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

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

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

En la tercera edición que se celebró del concurso internacional

“El Botón”- Mango Fashion Awards - zazo&brull resultó elegida entre los diez finalistas como únicos representantes españoles.



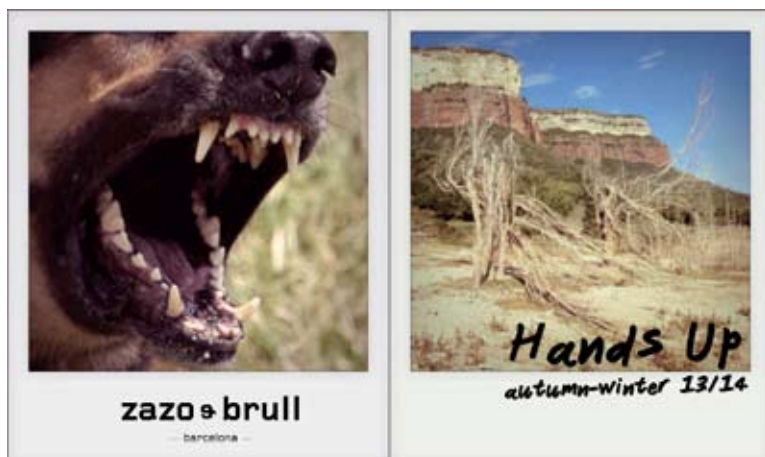
Xavier Zazo and Clara Brull are the designers behind the avant-garde Catalan female fashion firm zazo&brull.

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

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

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





zazo & brull
— barcelona —

Col·lecció / Colección / Collection

Hands Up

Mans enlaira això
és un atracament!
Lladres, atracadors,
carteristes, estafadors
de guant blanc...
Una oda al que roba.



Hands Up

¡Manos arriba
esto es un atraco!
Ladrones, atracadores,
carteristas, estafadores
de guante blanco...
Una oda al que roba.



Hands Up

*Get your hands up
this is a robbery!
Robbers, muggers,
pickpockets,
white-collar swindlers...
An ode to all those who steal.*



Dissenyador / diseñador / designer:
Xavi Zazo i Clara Brull

Marca comercial / commercial brand:
Zazo & Brull

Adreça / dirección / address:
c/ Mallorca 315 local 2
08037 Barcelona
Telèfon: +34 93 423 97 86
www.zazobrull.com
zazobrull@zazobrull.com



**MARQUES
MARCAS
BRANDS**



ALDOMARTINS

31 / 01 / 2013 - 15,30h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

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



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

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

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



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

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

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



ALDOMARTINS Designed by Núria Bisbal

Núria Bisbal neix a Igualada, ciutat amb una llarga tradició tèxtil.

Des de ben petita demostra aptituds pel dibuix i creix influenciada pel disseny del gènere de punt gràcies al seu pare, fundador de la marca Aldomartins.

Es forma a Barcelona, a l'Escola d'Arts i Tècniques de la Moda, i obté el títol universitari BA Honors Fashion Design per la Universitat de Southampton.

L'any 1997 s'incorpora a l'empresa familiar i lidera, fins a l'actualitat, l'àmbit creatiu de la marca.



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

Desde bien pequeña demuestra aptitudes para el dibujo y crece influenciada por el diseño de género de punto gracias a su padre, fundador de la marca Aldomartins.

Formada en Barcelona, en la Escuela de Artes y Técnicas de la Moda, obtiene el título universitario BA Honors Fashion Design por la University de Southampton.

En el año 1997 se incorpora en la empresa familiar y lidera hasta la actualidad el ámbito creativo de la marca.



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

From a very young age she showed an aptitude for drawing and grew up influenced by knitwear design thanks to her father, founder of the Aldomartins brand.

Educated in Barcelona, at the School of Arts and Fashion Techniques, she earned her BA Hons in fashion design from the University of Southampton.

In 1997 she joined the family business and heads the creative aspects of the brand to this day.





aldomartins

Col·lecció / Colección / Collection

Quadern de viatges

Aldomartins recrea un món de relats d'aventures i de fantasia, que evoca un viatge en el temps. Un camí en el qual es recol·lecten teles, objectes vintage i artesanía.

Teixits enriquits i ornamentats, somnis d'opulència i ànima nostàlgica. Una fusió eclèctica de records que es transmet en els dissenys dels jacquards de colors amb tons similars o de contrastos agosarats, motius florals hivernals, fils metàl·lics i dibuixos amb aires de tapisseria. Textures dimensionals i amb motius a gran escala en vestits de formes entallades o lleugerament acampanades. Les siluetes adquireixen un estil de sastreria. L'esperit aventurer també es transmet en jaquetons que recorden l'estètica dels uniformes d'època.

Una combinació d'elements que fusiona la senzillesa amb la sofisticació, la fantasia amb la realitat.



Cuaderno de viajes

Aldomartins recrea un mundo de relatos de aventuras y de fantasía, que evoca un viaje en el tiempo. Un camino en el que se recolectan telas, objetos vintage y artesanía.

Tejidos enriquecidos y ornamentados, sueños de opulencia y alma nostálgica. Una fusión ecléctica de recuerdos que se transmiten en los diseños de jacquards de colores con tonos similares o contrastes atrevidos, motivos florales invernales, hilos metálicos y dibujos con aires de tapicería. Texturas dimensionales y con motivos a gran escala en vestidos de formas entalladas o ligeramente acampanadas. Las siluetas adquieren un estilo de sastrería. El espíritu aventurero también se transmite en chaquetones que recuerdan la estética de los uniformes de época.

Una combinación de elementos que fusiona la sencillez con la sofisticación, la fantasía con la realidad.



Travel log

Aldomartins recreates a world of tales of adventure and fantasy evoking a voyage in time. A ramble gathering fabrics, vintage objects and artesanry.

Enriched ornamented fabrics, dreams of opulence and a nostalgic soul. An eclectic fusion of memories transmitted in the designs of jacquard fabrics in like tones or boldly contrasting ones. Winter floral motifs, metal threads and designs reminiscent of tapestry. Textures with depth and large format motifs on waisted or slightly flaring dresses. Silhouettes acquire a tailored style.

The adventurous spirit is also reflected in three quarter length coats reminiscent of period uniforms.



Marca comercial / commercial brand:
Aldomartins

Adreça / dirección / address:
Portugal, 5
08700 Igualada, Barcelona
Telèfon: +34 93 805 40 42
Fax: +34 938 052 327
www.aldomartins.com
aldomartins@aldomartins.com

BÓBOLI

31 / 01 / 2013 - 10,30h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

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

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

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

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





Discover the world with
Descubre el mundo con



Col·lecció / Colección / Collection

Rain Colours

A Bóboli la pluja és de colors. Per desafiar el fred hivern, hem fet una aposta clara pel color i l'hem contrastat amb el gris antracita per donar-li més força. Els motius són molt grans i treballats perquè l'efecte sigui més espectacular.

Per als nens, es manté la inspiració del color i les peces treballades. Els estampats, en ocasions desafiants, són per a nens que busquen assemblar-se als més grans.



Rain Colours

En Bóboli la lluvia es de colores, para desafiar al frío invierno hemos hecho una apuesta clara por el color y lo hemos contrastado con el gris antracita para darle más fuerza. Los motivos son muy grandes y trabajados para que el efecto sea más espectacular.

Para los niños se mantiene la inspiración del color y las prendas trabajadas, los estampados, en ocasiones desafiantes, son para niños que buscan parecerse a los más mayores.



Rain Colours

At Bóboli, it's raining colors. To combat the winter cold, we have boldly betted on color, contrasting it with anthracite grey to make the colors stand out. Large elaborate motifs are used for an even more striking effect.

We retain colors and intricate garments to inspire children. Our prints, sometimes rebellious, are for children wanting a more adult look.



Marca comercial / commercial brand:
Bóboli

Adreça / dirección / address:
Av. President Companys, 16
08302 Mataró, Barcelona
Telèfon: +34 93 798 20 00
Fax: +34 93 798 05 00
www.boboli.es
startextil@boboli.es

CÓNDOR

31 / 01 / 2013 - 10,30h

Biografia / Biografía / Biography

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

Actualment, té 6 botigues pròpies, treballa amb més de 3.000 clients multimarca a Espanya, i té com a principals mercats exteriors la Unió Europea, Rússia, els Estats Units, l'Amèrica Central i del Sud, el Japó i la Unió dels Emirats Àrabs. Té una presència continuada a revistes especialitzades de moda i del món infantil. Col·labora amb Intermón Oxfam en la construcció d'una escola a Burkina Faso.

Cóndor realitza una col·lecció exclusiva per a la passarel·la 080 Barcelona Fashion i comptarà amb la col·laboració de la dissenyadora Ingrid Valls en la part de punt i complementos. Ingrid Valls és una dissenyadora altament creativa en moda prêt-à-porter, especialitzada en punt.

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

En la actualidad tiene 6 tiendas propias, más de 3.000 clientes multimarca en España y los principales mercados exteriores son: UE, Rusia, Estados Unidos, América Central y del Sur, Japón y UEA. Tiene presencia continuada en revistas especializadas de moda y del mundo infantil. Colabora con Intermón Oxfam en la construcción de una escuela en Burkina Faso.

Cóndor realiza una colección exclusiva para la pasarela 080 Barcelona Fashion y contará con la colaboración de la diseñadora Ingrid Valls en la parte de punto y complementos. Ingrid Valls es una diseñadora altamente creativa en moda prêt-à-porter, especializada en punto.

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

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

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

Cóndor creates an exclusive collection for the 080 Barcelona fashion show with the collaboration of the designer Ingrid Valls in knitwear and accessories. Ingrid Valls is a highly creative prêt-a-porter designer who specializes in knitwear.

CÓNDOR Styling by Ingrid Valls

Nascuda el 1980, Ingrid Valls va realitzar els seus estudis de tècnica de ciències ambientals als Estats Units. Va ser l'any 2005 quan va canviar el seu rumb professional i va treballar com a cap d'exportació en l'àmbit internacional per a la marca de moda del seu pare, David Valls.

El 2007 la marca desapareix del mercat i, un any més tard, és ella qui decideix ressuscitar la firma David Valls i introduir-se en el món del disseny.

Actualment, treballa com a dissenyadora per la marca David Valls & Ingrid Valls, juntament amb el seu pare.

Ingrid Valls, nacida en el 1980, realizó sus estudios en técnica de ciencias ambientales en los Estados Unidos. Fue en el año 2005 cuando cambió su rumbo profesional y trabajó como jefe de exportación a nivel internacional en la marca de moda de su padre, David Valls.

En el 2007 la marca desaparece del mercado y un año más tarde es ella quien decide resucitar la firma David Valls y entrar en el mundo del diseño.

Actualmente trabaja diseñando para la marca David Valls & Ingrid Valls juntamente con su padre.

Ingrid Valls, born in 1980, did a course as an Environmental Sciences Technician in the USA. It was not until 2005 when she did a professional U-turn and started to work in the international wing as Head of Export in the fashion brand of her father, David Valls.

In 2007 the brand vanished from the marketplace but one year later it is she who decides to revive the David Valls signature and place herself in the world of design.

She currently works designing for the brand David Valls & Ingrid Valls in conjunction with her father.



cóndor SINCE 1896
BARCELONA

Col·lecció / Colección / Collection

Versailles

Des dels seus inicis en moda infantil, Cónдор s'ha anat inspirant en múltiples universos, cada cop més evocadors. Probablement ens trobem davant d'una de les temporades més sorprenents i creatives d'aquesta coneguda marca de moda infantil.

La col·lecció que presentem té tres ambients diferenciats:

- La línia "Le Matin", amb peces senzilles i còmodes. Dissenys austers, amb teixits i materials de gran qualitat per a l'ús diari dels nostres nens i nenes.
- A "Boulevard" trobem la roba i els seus complementos corresponents, així com també peces d'abric per a les passejades en les boniques tardes d'hivern.
- En els looks "Prêt-à-Couture" ens submergim en els vestits de cerimònia per a les festes. Els teixits seran especialment elegants i vestirem els nostres nens i nenes com a veritables prínceps i princeses.

Versailles

Desde sus inicios en moda infantil, Cónдор se ha estado inspirando en múltiples universos, cada vez más evocadores. Probablemente nos encontramos ante una de las temporadas más sorprendentes y creativas de esta conocida marca de moda infantil.

La colección que presentamos tiene tres ambientes diferenciados:

- La línea "Le Matin", con piezas sencillas y cómodas. Diseños austeros, con tejidos y materiales de gran calidad para el uso diario de nuestros hijos e hijas.
- En "Boulevard" encontramos la ropa y sus complementos correspondientes, así como también las piezas de abrigo para los paseos en las bonitas tardes de invierno.
- En los looks "Prêt-à-Couture", nos sumergimos en los vestidos de ceremonia para las fiestas. Los tejidos serán especialmente elegantes y vestiremos a nuestros niños y niñas como verdaderos príncipes y princesas.

Versailles

Ever since they started in children's fashion, Cónдор has drawn its inspiration from multiple universes which are ever more evocative. This season's collection is probably one of the most surprising and creative ones to come out of this well known children's wear brand.

Our collection can be divided into three distinct ambiances:

- The "Le Matin" line, with simple, comfortable pieces. Spartan designs in high quality fabrics for our children's daily use.
- In "Boulevard" we find garments with their corresponding accessories for those beautiful winter afternoon walks.
- In "Prêt-à-Couture", we immerse ourselves in garments to celebrate ceremonies. The fabrics will be especially elegant and we will dress our children in the finery of princes and princesses.



Marca comercial / commercial brand:
Cónдор

Adreça / dirección / address:
Rial de sa Clavella, 89
08350 Arenys de Mar, Barcelona
Telèfon: +34 93 795 99 80
Fax: +34 937 959 985
www.condor.es
mkt@condor.es

CUSTO BARCELONA

30 / 01 / 2013 - 21,00h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

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

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

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

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

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

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

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





custo
B A R C E L O N A

Col·lecció / Colección / Collection

Before New York

Col·lecció Custo Barcelona FW1314 amb un avanç en primícia de la col·lecció de passarel·la de la New York Fashion Week.



Before New York

Colección Custo Barcelona FW1314 con un avance en primícia de la colección de passarel·la de la New York Fashion Week.



Before New York

Custo Barcelona FW1314 collection that will show a part of the collection for the New York Fashion Week in premiere.



Marca comercial / commercial brand:
Custo Barcelona

Adreça / dirección / address:
Lo Gaiter del Llobregat
145-147, P.I. Estruc
08820 El Prat de Llobregat, Bcn
Telèfon: +34 93 378 84 10
www.custo.com
recepcion@custo-barcelona.com

DESIGUAL

29 / 01 / 2013 - 20,30h

Biografia / Biografía / Biography

Desigual es caracteritza pels seus dissenys diferenciats, optimistes i plens de color. La firma va iniciar la seva activitat sota el lema "Desigual, no és el mateix" al 1984. En els darrers anys la companyia ha registrat un creixement sostingut superior al 50% anual i compta actualment amb una plantilla formada per més de 3.800 persones de 85 nacionalitats diferents.

Vestim persones, no cossos. Les nostres peces són una invitació a viure la vida al màxim i estan repletes de missatges. Pretenen inspirar a qui les porta o a qui les veu. Amb les nostres peces de roba esperem transmetre el missatge que sempre hi ha una opció diferent, positiva i divertida: la experiència Desigual...No és el mateix.

Desigual va finalitzar el passat any 2012 amb una presència al món de 275 botigues pròpies, 7.000 botigues multimarca i 1.800 corners en grans magatzems en més de 80 països.

Desigual se caracteriza por sus diseños diferenciados, optimistas y llenos de color. La firma inició su actividad bajo el lema 'Desigual, no es lo mismo' en 1984. En los últimos años la compañía ha registrado un crecimiento sostenido superior al 50% anual y cuenta actualmente con una plantilla formada por más de 3.800 personas de 85 nacionalidades distintas.

Vestimos personas, no cuerpos. Nuestras prendas son una invitación a vivir la vida al máximo y están repletas de mensajes. Pretenden inspirar a quien las lleva o a quien las vea. Con nuestras prendas esperamos transmitir el mensaje de que siempre hay una opción diferente, positiva y divertida: la experiencia Desigual... No es lo mismo.

Desigual finalizó el pasado año 2012 con una presencia en el mundo de 275 tiendas propias, 7.000 tiendas multimarca y 1.800 córneres en grandes almacenes en más de 80 países.

Desigual is characterized by its distinct designs which are full of optimism and color. The company began its activity under the slogan 'Desigual, It's not the same' in 1984. In the last few years the company has seen sustained growth of over 50% per annum and currently employs more than 3.800 people of 85 different nationalities.

We dress people, not bodies. Our garments are an invitation to live life to the full and are covered in messages. They are meant to inspire both the wearer and the observer. With our garments we hope to transmit the message that there is always a different option; fun and positive: the Desigual experience...It's not the same.

Desigual ended last year, 2012, with a global presence of 275 of their own shops, 7.000 multi-brand points of sale and spaces in 1.800 large retail centers in more than 80 countries.





Col·lecció / Colección / Collection

“WE LOVE”: UNA HISTÒRIA D'AMOR CORRESPOST

“WE LOVE” és el concepte que engloba la col·lecció O/I 2013. És una declaració d'amor de Desigual als seus clients, presents i futurs. El nostre desig més gran és contribuir a enriquir les seves vides a través dels productes que creem pensant en ells. Volem que a l'entrar al nostre món se sentin il·lusionats, mimats, expectants i vinculats emocionalment a la nostra marca; enamorats de la nostra roba. Volem que aquest amor que sentim des de Desigual sigui un amor correspost; que ens busquin, que ens desitgin, que vulguin tenir-nos a prop i acompanyar-nos en el nostre singular i diferent viatge per la moda.

El nostre amor no té límits, i és com ha de ser l'amor: cec. Ens agrada la gent de tot tipus, amb estils diferents, amb mentalitats diferents. Volem estimar sense prejudicis. Volem compartir amb ells el nostre crit de guerra “La Vida és Xula”, un missatge vàlid per tots, realment universal. I l'expressem amb aquells tres conceptes que li donen sentit a tot: Sex, Fun and Love.

“WE LOVE”: UNA HISTORIA DE AMOR CORRESPONDIDO

“WE LOVE” es el concepto que engloba la colección O/I 2013. Es una declaración de amor de Desigual a sus clientes, presentes y futuros. Nuestro mayor deseo es contribuir a enriquecer sus vidas a través de los productos que creamos pensando en ellos. Queremos que al entrar en nuestro mundo se sientan ilusionados, mimados, expectantes y vinculados emocionalmente a nuestra marca; enamorados de nuestra ropa. Queremos que ese amor que sentimos desde Desigual sea un amor correspondido; que nos busquen, que nos deseen, que quieran tenernos cerca y acompañarnos en nuestro singular y diferente viaje por la moda.

Nuestro amor no tiene límites, y es como tiene que ser el amor: ciego. Nos gusta la gente de todo tipo, con estilos diferentes, con mentalidades diferentes. Queremos amar sin prejuicios. Queremos compartir con ellos nuestro grito de guerra “La Vida es Chula”, un mensaje válido para todos, realmente universal. Y lo expresamos en esos tres conceptos que le dan sentido a todo: Sex, Fun and Love.

“WE LOVE”: A STORY OF REQUIETED LOVE

“WE LOVE” is the overarching concept of the O/I 2013 collection. It is a declaration of Desigual's love for their clients: present and future. Our chief desire is to contribute to enriching their lives through the products we create with them in mind. We want our clients to feel enthusiastic, spoiled expectant and emotionally linked to our brand when they enter our world: in love with our garments. We want the love we feel in Desigual to be requited, we want to be sought after, wanted, to be held close and to be accompanied on our unique and incomparable journey through fashion.

Our love knows no bounds, and is like love should be: blind. We like all different kinds of people, with different styles, different mentalities. We love unconditionally. We want to share our war cry “Life is Great”, a valid message for everyone, truly universal. We express this through three concepts that lend meaning to everything: Sex, Fun and Love.

Marca comercial / commercial brand:
Desigual

Adreça / dirección / address:
Passeig Mare Nostrum, 15
08039 Barcelona
Tel. +34 933 043 164
Fax: + 34 933 021 907
www.desigual.com
e.garcia@desigual.com

ESCORPION

31 / 01 / 2013 - 13,30h

Biografia / Biografía / Biography

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

La nostra filosofia, fidel al punt, sempre ha apostat per la qualitat i per una extensa gamma de colors, i ha desenvolupat un concepte de moda que uneix tradició i modernitat.

Els nostres dissenys es dirigeixen a una dona urbana que valora la comoditat i la qualitat però que prioritza un estil elegant i seductor. Les nostres col·leccions poden trobar-se en espais multimarca d'arreu del món i també a còrners d'El Corte Inglés, a Espanya i Portugal.

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

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

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

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

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

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



ESCORPION Styling by Selim de Somavilla

Nascut i establert a Barcelona, Selim de Somavilla es forma com a dissenyador de moda en aquesta ciutat i a Londres. El 2005 es gradua a la Ciutat Comtal i forma part de l'equip de Martin Lamothe durant dues col·leccions. La capital britànica li ofereix un nou aire, maduresa i perspectiva per a la seva futura feina, dedicada a la moda masculina. Allà, estudia al London College of Fashion (LCF) i treballa a The Rodnik Band.

L'home a qui vesteix no entén de limitacions. És un home amb

gustos refinats a qui li agrada vestir bé, amb un cert aire elancòlic, sense perdre la virilitat malgrat la important influència unisex. De Somavilla dóna una importància essencial a un "tot" en les seves col·leccions, en què dissenya, també, bosses, sabates i joieria.

A principis del 2012 presenta la seva col·lecció titulada MAELSTRØM, durant l'edició de Tardor-Hivern 2012 de la València Fashion Week i a Move Sevilla.

Recentment, va mostrar KNOCKOUT a Barcelona, una proposta per a Primavera-Estiu 2013, en el marc del Festival Bosson.



Nacido y afincado en Barcelona, Selim de Somavilla se forma como diseñador de moda en dicha ciudad y en Londres. En 2005 se gradúa en la ciudad condal y forma parte del equipo de Martin Lamothe durante dos colecciones. La capital británica le ofrece un nuevo aire, madurez y perspectiva para su futuro



escorpion

trabajo dedicado a la moda masculina estudiando en LCF y trabajando en The Rodnik Band.

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

A inicios del 2012 presenta su colección titulada MAELSTRØM durante la edición de Otoño-Invierno '12 de Valencia Fashion Week y en Move Sevilla.

Recientemente mostró KNOCKOUT en Barcelona, una propuesta para Primavera-Verano '13 en el marco del Festival Bosson.



Born and bred in Barcelona, Selim de Somavilla develops as a fashion designer between there and London. In 2005 he graduated in the Catalan capital and becomes part of Martin Lamothe's team for two collections. The British capital opens up a fresh perspective, maturity and change of scenery for his future projects devoted to men's fashion in his studies at LCF and work at The Rodnik Band brand.

The man that is dressed by him knows no limitations. He's a man with refined tastes who likes to be well turned out, with a certain air of melancholy, without losing virility, notwithstanding the significant unisex influence. De Somavilla places essential importance on a "TOTAL" outfit idea in his collections designing also bags, shoes and jewelry.

In early 2012 he unveils his collection entitled MAELSTRØM showing at the Fall-Winter '12 edition of Valencia Fashion Week and at Move Sevilla.

Recently he showed KNOCKOUT in Barcelona, a collection for Spring-Summer '13 under the auspices of the Bosson Festival.



Col·lecció / Colección / Collection

ANTAGONIST

Estil, Seducció, Elegància... Color, Línies, Formes... Moda, Tendències, Hivern. Mons oposats per a una mateixa dona. Caminem al caire d'una contradicció.



ANTAGONIST

Estilo, Seducción, Elegancia... Color, Líneas, Formas... Moda, Tendencias, Invierno. Mundos opuestos para una misma mujer. Caminamos al filo de una contradicción.



ANTAGONIST

Style, Seduction, Elegance... Color, Lines, Forms... Fashion, Trends, Winter. Opposed worlds for the same woman. Walking a fine line bordering on contradiction.



Marca comercial / commercial brand:
Escorpion

Adreça / dirección / address:
València, 229 Ppal
08007 Barcelona
Telèfon: +34 93 803 05 00
Fax: +34 93 803 52 09
www.escorpion.com
info@escorpion.com

JAVIER SIMORRA

31 / 01 / 2013 - 12,30h

Biografia / Biografía / Biography

Després de més de 30 anys en el món de la moda femenina, la marca Javier Simorra es troba, gràcies als seus dissenys inspirats en una dona elegant i cosmopolita, en un moment de maduresa creativa i empresarial. El dissenyador Javier Simorra s'ha especialitzat en tot tipus de peces i complements que exalcen la bellesa femenina.

L'any 1998, l'empresa va posar en marxa un fort procés d'expansió i va obrir botigues en un gran nombre de ciutats espanyoles i estrangeres. Actualment, la firma compta, a Espanya, amb 28 botigues pròpies, 15 franquícies i 13 còrners d'El Corte Inglés. En l'àmbit internacional, compta amb 5 franquícies a Andorra, a la Xina, a Xile, a Síria i a Israel, a més de 500 punts de venda multimarca a tot el món.

Después de más de 30 años en el mundo de la moda femenina, la marca Javier Simorra se encuentra, gracias a sus diseños inspirados en una mujer elegante y cosmopolita, en un momento de madurez creativa y empresarial. El diseñador Javier Simorra se ha especializado en todo tipo de prendas y complementos que ensalzan la belleza femenina.

En el año 1998, la empresa arrancó un fuerte proceso de expansión y abrió tiendas en un gran número de ciudades españolas y en el extranjero. Actualmente, la firma cuenta, en España, con 28 tiendas propias, 15 franquicias y 13 córners del Corte Inglés y, a nivel internacional, con 5 franquicias en Andorra, China, Chile, Siria e Israel además de 500 puntos de venta multimarca en todo el mundo.

After more than 30 years in the world of women's fashion, the Javier Simorra brand finds itself, thanks to its designs inspired by the elegant cosmopolitan woman, at a moment of creative and entrepreneurial maturity. The designer David Simorra has specialized in all types of garments and accessories that extol feminine beauty.

In 1998, the company initiated an ambitious expansion process and opened a great number of outlets in Spain and abroad. The company currently has 28 of their own shops, 15 franchises and 13 Corte Inglés corners in Spain alone and at the international level 5 franchises in Andorra, China, Chile, Syria and Israel as well as 500 multi-brand points of sale around the world.





JAVIER SIMORRA
Barcelona

Col·lecció / Colección / Collection

Col·lecció

Tardor-Hivern 2013/2014

Per a la temporada Tardor-Hivern 2013/14, Javier Simorra proposa creacions que evocuen sensualitat i feminitat per tots els costats, i que emfatitzen i defineixen la figura de la dona.

La seva nova col·lecció fusiona diversos talls adequats per a diferents dones que comparteixen un nexa en comú: la sofisticació i el gust per la qualitat. Apareixen colors vius, profunds i intensos, com el pruna, l'albergínia o verds foscos, que creen blocs de colors entre ells. Veiem el mateix efecte amb els taronges i els marrons combinats amb els clàssics visó, pedra o beix i, com a aposta per a aquest nou any, retornem als colors atrevits, com el negre, el vermell i el daurat.

Com a novetat, incorpora teixits tècnics molt treballats de diverses textures, llises o gravades, amb diferents acabats, com els prisats i els frunzits, i fa èmfasi en els embuatats i en els reblons per dotar les peces d'una duresa i una modernitat pròpies de la dona actual.



Colección

Otoño-Invierno 2013/2014

Para la temporada Otoño-Invierno 2013/2014 Javier Simorra propone creaciones que evocan sensualidad y femineidad por todos lados, y que enfatizan y definen la figura de la mujer.

Su nueva colección fusiona diferentes cortes adecuados para diferentes mujeres que comparten un nexo común, la sofisticación y el gusto por la calidad. Aparecen colores vivos, profundos e intensos como el ciruela, berenjena o verdes oscuros creando bloques de colores entre ellos. Vemos el mismo efecto con los naranjas y marrones combinados con los clásicos visón, piedra o beige y como apuesta para este nuevo año volvemos al atrevido negro, al rojo y al dorado.

Como novedad incorpora tejidos técnicos muy trabajados, de diferentes texturas lisas o grabadas en diferentes acabados como los plisados y fruncidos, haciendo énfasis en los acolchados y remaches para dotar a las piezas de una dureza y modernidad propias de la mujer actual.



Autumn-Winter

2013/2014 Collection

For the Autumn Winter 2013/14 season, Javier Simorra proposes creations which evoke femininity all over, emphasizing and defining the figure of a woman.

His new collection merges different cuts to suit different women who share a common nexus: sophistication and a taste for quality. Featuring lively intense colors like prune red, aubergine and dark greens creating blocks of color in their interplay. We see the same effect in oranges and browns combined with classical mink, stone or beige and as a proposition for this new year, we return to daring black red and gold.

New this year, we incorporate very intricate technical fabrics with different textures, plain or printed with different finishes such as pleats and ruffles whilst emphasizing cushioning and rivet work lending the pieces a durability and modernity characteristic of the modern woman.



Marca comercial / commercial brand:
Javier Simorra

Adreça / dirección / address:
Vallés, 3 Pol. Ind. Can Casablanques
08192 Sant Quirze del Vallés, Bcn
Tel. +34 937 217 978
Fax: +34 937 216 963
www.javiersimorra.com
rpp@simorra.com

MANGO

28 / 01 / 2013 - 20,30h

Biografia / Biografía / Biography

Mango, la marca de moda espanyola amb més projecció internacional, va obrir la primera botiga el 1984, al passeig de Gràcia de Barcelona.

Actualment, compta amb més de 2.500 punts de venda a 109 països.

És la segona empresa exportadora de moda d'Espanya, i el seu concepte es basa en l'aliança entre un producte de qualitat, que segueix les últimes tendències, i un preu assequible.

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



MANGO, la marca de moda española con más proyección internacional, abrió en 1984 la primera tienda en el paseo de Gracia de Barcelona.

Actualmente cuenta con más de 2.500 puntos de venta en 109 países.

Es la segunda empresa exportadora de moda de España y su concepto se basa en la alianza entre un producto de calidad, que sigue las últimas tendencias, y un precio asequible.

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



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

Nowadays, MANGO relies on more than 2.500 sale points in 109 countries.

It is the second Spanish exporting fashion company, and its philosophy is to combine good quality and trendy products with affordable prices.

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



Col·lecció / Colección / Collection

PRIMAVERA-ESTIU 2013

Els blancs destaquen sobre
suas camallés dintre de la
mateixa silueta, i donant pas al
negre, creem un gràfic atemporal.
D'igual forma, en el cas de l'home,
aquests blancs conviuen amb
suas colors índics, per crear
un fresc estil smart/casual.

El total look blanc-negre de
netes siluetes, el renovem amb
brocats, brodats i insinuants
transparències d'acabat artesanal.

Rigidesa i fluïdesa per aconseguir
volum i proporció a través d'obis
exagerats que, tot accentuant
la línia, deriven a volums
d'inspiració oriental.



PRIMAVERA-VERANO 2013

Los blancos destacan sobre
suaves camallés en una misma
silueta, y con el negro, creamos
un gráfico atemporal. Asimismo,
en el hombre estos blancos
conviven con suaves índigos,
para crear un fresco estilo
smart/casual.

El total look blanco-negro
de limpias siluetas lo renovamos
con brocados, bordados
e insinuantes transparencias
de acabado artesanal.

Rigidez y fluidez para conseguir
volumen y proporción mediante
exagerados obis que, acentuando
la línea, dan paso a volúmenes
de inspiración oriental.



SPRING-SUMMER 2013

White tones are highlighted
over soft camallés within the
same silhouette, and by giving
way to black, we create a timeless
graphic. In addition, in menswear
these whites coexist with soft
indigo tones, to create a
smart/casual fresco.

The black-white total outfit with
its clean silhouette has been
renewed with hand-finished
brocades, embroideries and
suggestive transparencies.

Rigidity and fluidity achieve
volume and proportion using
exaggerated sashes which,
accentuating the silhouette,
give way to volumes of
oriental inspiration.



Marca comercial / commercial brand:
MANGO

Adreça / dirección / address:
Mercaders 9-11
(Pol. Ind. Riera de Caldes)
08184 Palau-Solità i Plegamans
Barcelona (SP)
Tel. +34 938 602 222
www.mango.com
lidia.meca@mango.com

NAULOVER

31 / 01 / 2013 - 11,30h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

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

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

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

Cuenta con una flagship inaugurada en diciembre de 2011, junto al Paseo de Gracia en Barcelona y con una red de más de 600 clientes multimarca. Así mismo distribuye sus colecciones a través de corners en el Corte Inglés y exporta a países como Italia, Reino Unido, Portugal, USA, Alemania, Bélgica, además del canal de venta online (www.naulover.com/shop).

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

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

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





Naulover

Naulover

Col·lecció / Colección / Collection

New Renaissance

La nova col·lecció està inspirada en el renaixement, període en què prevalen la senzillesa i l'austeritat. Hi destaquen els contrastos entre colors, matèries o motius d'estampació, i jacquards estructurats de manera que aconseguixen efectes de volum tridimensional.

Els efectes de pells com l'astracán, els tocs metàl·lics i sobris, i els brodats de punt de creu amb molt de relleu ens proporcionen un estil entre allò que és estricte i allò que és barroc.

Les peces amb caigudes fluides i tons suaus ens traslladen a un ambient romàntic evolucionat i transmeten la sensació de teixits que leviten, amb matèries com el caixmir i l'angora.

Tenen molta importància les tatxes, que realcen els estampats, així com les textures inspirades en la natura, que donen a les peces un volum tridimensional.

New Renaissance

La nueva colección está inspirada en el renacimiento en la que priman la sencillez y la austeridad. Destacan los contrastes entre colores, materias o motivos de estampación y jacquards estructurados consiguiendo efectos de volumen tridimensional.

Los efectos de pieles como el astracán, los toques metálicos y sobrios y los bordados de punto de cruz con mucho relieve nos proporcionan un estilo entre lo estricto y lo barroco.

Las prendas con caídas fluidas y tonos suaves nos trasladan a un ambiente romántico evolucionado dando sensación de tejidos que levitan con materias como el cashmere y la angora.

Tienen mucha importancia las tachuelas que realzan los prints así como las texturas inspiradas en la naturaleza que le dan a las prendas un volumen tridimensional.

New Renaissance

The new collection is inspired by the Renaissance in which simplicity and austerity reign. Dominant are the contrasts between colors, materials or printing-motifs and structured jacquards combining to create tri-dimensional effects of volume.

The effects of furs like Astrakhan, metallic and sober touches and cross-point embroidery with a high-degree of relief combine to give an overall style between strict and baroque.

Garments with a fluid drop and soft tones transport us to a developed romantic ambience giving the sensation of fabrics that float, with materials like cashmere and angora.

The studs that enhance the prints are of great importance as well as the textures inspired by nature that give the garments tri-dimensional volume.



Marca comercial / commercial brand:
Naulover

Adreça / dirección / address:
Muntaner, 240 2n 2az
08021 Barcelona
Telèfon: +34 93 487 73 18
Fax: +34 93 487 42 92
www.naulover.com
javier@naulover.com

SLAZENGER

31 / 01 / 2013 - 11,30h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Col·lecció / Colección / Collection

Slazenger Heritage

La col·lecció Slazenger Heritage pretén reflectir en les seves peces el llegat històric de la marca, i està pensada per a un públic nostàlgic o bé per a un públic esportista que gaudeixi portant aquest tipus de roba.

La nova línia a d'hivern 2013 que es presenta consta de jerseis realitzats amb matèries nobles, polos amb varietat de colors i de tipus, samarretes amb estampats amb referències històriques esportives, camises informals i caçadores del mateix estil. Al mateix temps, s'afegeixen alguns accessoris vintage que complementen aquesta col·lecció.

Slazenger Heritage

La colección Slazenger Heritage pretende reflejar en sus prendas el legado histórico de la marca y está pensada para un público nostálgico o bien deportista que disfruta llevando este tipo de ropa.

La nueva línea a presentar de invierno 2013, consta de jerseys realizados en materias nobles, polos en variedad de colores y tipos, camisetas que contienen estampados con referencias históricas deportivas, camisas informales y cazadoras en el mismo estilo. Al mismo tiempo se añaden algunos accesorios vintage que complementan dicha colección.

Slazenger Heritage

The garments in the Slazenger Heritage collection endeavor to reflect the historical legacy of the brand and are aimed at both the nostalgic public and sportsmanlike customers who like wearing this type of clothing.

The new line to be presented in winter 2013 comprises jerseys in noble materials, polo shirts in a variety of colors and styles, T-shirts printed with historical sports references, casual shirts and sports coats in the same style. In addition vintage accessories to complement the collection are offered.



Marca comercial / commercial brand:
Slazenger

Adreça / dirección / address:
Bisbe Serra 4
17800 Olot, Girona
Telèfon: +34 972 262 262
www.slazenger.com
pedidos@selecmoda.com

29 / 01 / 2013 - 13,30h

Biografia / Biografía / Biography

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

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

TCN neix de la necessitat de trobar una peça de bany còmoda, versàtil, que s'adapti al seu gust natural i innat. Des de 1987 la firma

està present en les millors botigues del món, sent una referència avui dia ja en el món sencer pel seu estil shaby chic.



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

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

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



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

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

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



Col·lecció / Colección / Collection

TCN TARDOR / HIVERN 2013

La col·lecció de TCN TARDOR-HIVERN 2013 torna als orígens de la marca quant a la recerca de l'essència. En el colorit destaquen els tocs forts de color sobre una base cromàtica de gris, xocolata i marí. Els estampats són tots subtils però destaquen els molt petits, les rosasses o les ratlles en la camiseria.

En el homewear i l'íntim la pelfa destaca com a teixit estrella i en les formes el culot segueix sent la peça referència que juntament amb el sostenidor push up formen el tàndem perfecte per una silueta femenina i romàntica alhora, malgrat que les formes bandeau originals del món del bany prenen cada cop més força en totes les seves versions.



TCN OTOÑO / INVIERNO 2013

La colección de TCN OTOÑO-INVIERNO 2013 regresa a los orígenes de la marca en cuanto a búsqueda de la esencia. En el colorido destacan los toques fuertes de color sobre una base cromática del gris, chocolate y marino. Los estampados son todos sutiles pero destacan los muy pequeños, los rosetones o las rayas en la camisería.

En el homewear y el íntimo la felpa destaca como tejido estrella y en las formas el culote sigue siendo la prenda referencia que junto al sujetador push up forman el tandem perfecto para una silueta femenina y romántica a la vez aunque la formas bandeau originales del mundo del baño toman cada vez mas fuerza en todas sus versiones.



TCN AUTUMN / WINTER 2013

The TCN AUTUMN/WINTER 2013 collection returns to the origins of the brand in its search for the essence. In terms of color, striking colorful splashes stand out against a chromatic background of grey, chocolate brown and navy blue. Subtle small detailed designs, rosettes and stripes predominate in shirt wear.

In homewear and underwear, plush fabrics star and in so far as shapes, the culotte remains the reference garment which together with the brassiere, make up the perfect tandem for a silhouette at once both feminine and romantic even though the original bandeau shapes from the swimwear world are gaining ground every day in all its versions.



TORRAS

31 / 01 / 2013 - 11,30h

Biografia / Biografía / Biography

TORRAS, fundada el 1951, ha creat un innovador concepte de moda en pell i en punt. La marca dissenya per seduir amb estil propi, més enllà de les peces bàsiques de vestir, una forma d'entendre la moda que passa per incorporar-hi els materials de la més alta qualitat en pell, cotó, seda, lli, llana, caixmir o teixits funcionals.

Les col·leccions de TORRAS, nascudes a Caldes de Montbui, són avui presents en top stores de 40 països, en ciutats com Barcelona, Nova York, Londres, Moscou o Xangai, així com al mateix flagship store de Milà, al reconegut Quadrilatero della Moda. TORRAS té una taxa d'exportació del 70% i showrooms a Milà, Nova York, Moscou i Xangai, i participa en les fires de la moda de Florència (Pitti Uomo), Nova York (MRketNY), Las Vegas (MRketLV), Düsseldorf (Supreme) i Berlín (Premium).

TORRAS, fundada en 1951, ha creado un innovador concepto de moda en piel y punto. La marca diseña para seducir con estilo propio, más allá de las piezas básicas de vestir, una forma de entender la moda que pasa por incorporar los materiales de la más alta calidad en piel, algodón, seda, lino, lana, cachemir o tejidos funcionales.

Las colecciones de TORRAS, nacidas en Caldes de Montbui, están hoy en día presentes en top stores de 40 países, en ciudades como Barcelona, Nueva York, Londres, Moscú o Shanghai, así como en el mismo flagship store de Milán, en el reconocido Quadrilatero della Moda. TORRAS tiene una tasa de exportación del 70% y showrooms en Milán, Nueva York, Moscú y Shanghai, y participa en las ferias de la moda de Florencia (Pitti Uomo), Nueva York (MRketNY), Las Vegas (MRketLV), Düsseldorf (Supreme) y Berlín (Premium).

TORRAS, founded in 1951, has created an innovative concept of fashion in leather and knitwear. The brand, designed to seduce with self-proclaimed style beyond the basics of dressing, a way of understanding fashion that means incorporating materials of the highest quality in leather, cotton, silk, linen, wool, cashmere or functional fabrics.

The TORRAS collections originating in Caldes de Montbui in Catalonia are present these days in top stores in 40 countries, in cities like Barcelona, New York, London, Moscow and Shanghai, as well as in its own flagship store in Milan, in the renowned "Quadrilatero della Moda". TORRAS has an export rate of 70% and showrooms in Milan, New York, Moscow and Shanghai and participates in the fashion-shows of Florence (Pitti Uomo), New York (MRketNY), Las Vegas (MRketLV), Düsseldorf (Supreme) and Berlin (Premium).

TORRAS Styling by Juanmabyelcuco www.juanmabyelcuco.com

Juanma Granero Fernández (Barcelona, 1978) cursa estudis de disseny de moda i d'estilisme d'indumentària a l'escola d'arts i oficis artístics Llotja de Barcelona, juntament amb alumnes com Txell Miras o Juan Antonio López. Realitza un màster en patronatge industrial a l'Escola Guerrero de Barcelona, estudis que compagina amb la seva primera feina al taller de Josep Font, on col·labora en l'estilisme de les seves col·leccions i il·lustracions per a la seva marca d'alta costura i prêt-à-porter. També realitza treballs de patronatge per a Serguei Povagin, per la passarel·la Gaudí Núvies, Maria Escoté o Jung Urban Fashion Clothes i alterna tasques d'estilisme per a revistes nacionals i internacionals. Des de l'any 2004 presenta les seves col·leccions a les principals passarel·les nacionals.

Juanma Granero Fernández (Barcelona 1978) cursa estudios de diseño de moda y estilismo de indumentaria en la escuela de artes y oficios artísticos Llotja de BCN junto a alumnos como Txell Miras o Juan Antonio López. Realiza un máster en patronaje industrial en la Escuela Guerrero de Barcelona que compagina con su primer trabajo en el atelier de Josep Font, colaborando en el estilismo de sus colecciones e ilustraciones para su marca de alta costura y prêt-à-porter. Realiza también trabajos de patronaje para Serguei Povagin, para la pasarela Gaudí Novias, Maria Escoté o Jung Urban Fashion Clothes y alterna trabajos de estilismo para revistas nacionales e internacionales. Desde el año 2004 presenta sus colecciones en las principales pasarelas nacionales.

Juanma Granero Fernández (Barcelona 1978) did his fashion design and clothing styling studies at the Llotja School of arts and artistic professions in Barcelona along with pupils like Txell Miras and Juan Antonio López. He undertook an MA in industrial pattern-designing at Barcelona's Guerrero School which he combined with his first job at the workshop of Josep Font, working on the styling of his collections and illustrations for his haute couture brand and prêt-à-porter wear. He also carried out design and cutting work for Serguei Povagin, Gaudi Brides, Maria Escoté and Jung Urban Fashion Clothes and alternates with styling jobs for national and international magazines. Since 2004 presents its collections on the most important Spanish catwalks.



Col·lecció / Colección / Collection

TORRAS BLACK

TORRAS BLACK vol concentrar l'atmosfera de les grans ciutats cosmopolites del món, urbs dinàmiques, vives, riques i funcionals, en constant moviment.

TORRAS BLACK és una col·lecció minimalista, en slim fit, marcada pel predomini del negre, que presideix amb elegància tota la línia. La combinació de pell, llana i niló en una mateixa peça aporta un toc d'exclusivitat a aquesta col·lecció. També en són convidats d'honor els últims teixits tècnics resistent al fred i a la pluja, els enfieltrats, les pells amb cos, les pells encolades amb teixits excel·lents, així com els embuatats.

El resultat és un home que vesteix de manera elegant, amb sobrietat, però amb una pinzellada de "sofisticació austera".

Conclusió: simplicitat, elegància, qualitat i austeritat per al dia a dia i per al cap de setmana.



TORRAS BLACK

TORRAS BLACK quiere concentrar la atmósfera de las grandes ciudades cosmopolitas del mundo, urbes dinámicas, vivas, ricas y funcionales, en constante movimiento.

TORRAS BLACK es una colección minimalista, en slim fit, marcada por el predominio del negro, que preside con elegancia toda la línea. La combinación de piel, lana y nilón en una misma pieza aporta un toque de exclusividad a esta colección. Tiene también como invitados de honor los últimos tejidos técnicos resistentes al frío y la lluvia, los enfieltrados, las pieles con cuerpo, las pieles encoladas con tejidos excelentes, así como los acolchados.

El resultado es un hombre que viste elegante, con sobriedad, pero con una pincelada de "sofisticación austera".

Conclusión: simplicidad, elegancia, calidad y austeridad para el día y el fin de semana.



TORRAS BLACK

TORRAS BLACK aims to encapsulate the atmosphere of the world's great cosmopolitan cities, dynamic, lively, rich and working urban areas of constant movement.

TORRAS BLACK is a minimalist slim-fit collection, markedly black, which, with elegance presides over the whole line. The combination of leather, wool and nylon together in the same item brings a touch of exclusivity to this collection. It also contains as guests-of-honor the latest technical fabrics resistant to the cold and rain, lined, fur with body, leather fastened to excellent materials, as well as padded.

The end result is a man who dresses smartly, with sobriety, but with a brush-stroke of "austere sophistication".

Conclusion: simplicity, smartness, quality and austerity for daytime wear and the weekend.



Marca comercial / commercial brand:
Torras

Adreça / dirección / address:
Garraf, 33. Pol. Ind. La Borda
08140 Caldes de Montbui
Telèfon: +34 93 862 75 33
Fax: +34 93 865 44 42
www.torras.com
info@torras.com

YERSE

31 / 01 / 2013 - 16,30h

Biografia / Biografía / Biography

Yerse va ser fundada per Lluís Generó i Domènech el 1964 a Sabadell, i ha liderat la moda de gèneres de punt durant molts anys.

40 anys després, Yerse experimenta una gran transformació cap a la consecució d'uns objectius de negoci ambiciosos. Per això es va adaptar als nous temps amb una estratègia de diversificació de negoci basada en el disseny i la innovació.

Avui, les nostres col·leccions es venen a més de 1.200 punts de venda a Espanya i a la resta d'Europa, comptem amb dues col·leccions, més una de complementos, i distribuïm les nostres peces a botigues multimarca, botigues pròpies i espais propis a cadenes de grans magatzems com El Corte Inglés.

Yerse fue fundada por Lluís Generó i Domènech en 1964 en Sabadell, liderando la moda de géneros de punto durante muchos años.

40 años después, Yerse experimenta una gran transformación hacia la consecución de unos ambiciosos objetivos de negocio. Para ello, se ha adaptado a los nuevos tiempos, siguiendo una estrategia de diversificación de negocio basada en el diseño y la innovación.

Hoy, nuestras colecciones se venden en más de 1.200 puntos de venta en España y el resto de Europa y contamos con 2 colecciones, más una de complementos y distribuye sus prendas en tiendas multimarca, tiendas propias y espacios propios en la cadena de grandes almacenes como El Corte Inglés.

Yerse was founded in 1964 by Lluís Generó i Domènech in Sabadell (nr. Barcelona), a market leader in knitwear fashion over the course of many years.

40 years later, Yerse underwent a great transformation and is well on the road to reaching ambitious business objectives. They have adapted to recent times following a strategy of diversifying their business based around design and innovation.

Today, our collections are sold at more than 1,200 sales points in Spain and the rest of Europe and feature two collections, as well as one of accessories. Our garments are distributed in multi brand stores, our own shops and our own spaces in Department Store chains such as El Corte Inglés.

YERSE Styling by a-couple

a-couple és la dualitat que neix de la unió entre la nostàlgia cap a allò més artesanal i la bellesa d'allò que és pur. És el viatge cap a mons desconeguts, cap a experiències úniques o cap a elements que demanen ser estudiats per la seva estranyesa.

a-couple neix dins d'éssers que senten curiositat vers allò que els envolta. Neix de voler, de mirar, de tocar, d'olorar.

Les nostres peces sorgeixen de dos caps que s'uneixen per investigar nous camins, noves maneres, nous materials, noves formes... tot dins d'una línia molt nòrdica, pura i amb el detallisme com a premissa. El treball a mà és una de les característiques més

presenta en les peces que trobareu dins d'aquesta pàgina. Esperem que sigui una experiència més per guardar a les vostres maletes.

a-couple es la dualidad que nace de la unión entre la nostalgia hacia lo más artesanal y la belleza de lo puro. Es el viaje hacia mundos desconocidos, experiencias únicas o elementos que piden ser estudiados por su extrañeza de ser.

a-couple nace dentro de seres que sienten curiosidad por lo que les rodea. Nace del querer, del mirar, del tocar, del oler.

Nuestras prendas surgen de dos cabezas que se unen por investigar nuevos caminos, maneras,

materiales, formas... todo dentro de una línea muy nórdica, pura y con el detallismo como premisa. El trabajo a mano es una de las características más presentes en los trabajos que encontraréis dentro de esta página. Esperemos que ésta sea una experiencia más que guardar en vuestros maletines.

a-couple is the duality that sparks from the coming together of the nostalgia towards craftwork and the beauty of what is pure. It is the travel to stranger worlds, unique experiences or elements that need to be examined because of their strangeness.

a-couple sparks from people who are curious about what surrounds



YERSE

them. It sparks from loving, looking, touching and smelling.

Our garments are designed by two minds that come together to investigate new paths, ways,

materials, shapes.... All this following a very Nordic and pure line, always paying attention to details. The handicraft is one of the most important characteristics in the works you'll find in this webpage.

We hope this can be a new experience to keep in your suitcase.



Col·lecció / Colección / Collection

SLOW LIFE

El món modern, amb el seu ritme de vida, no ens deixa processar el present i ens sorgeix una necessitat de tornar als orígens per connectar-nos amb la natura i amb el nostre interior, per fer un viatge cap als valors perduts.

Volem gaudir i viure experiències autèntiques. La col·lecció YERSE reafirma el seu estil, guanya confiança i fa una aposta per la qualitat i el disseny de matèries i peces de roba. S'inspira en tons pastel, com els coralls suaus, els verds aigua i els lavanda, que ens omplen de sensacions agradables.

El granat, l'antracita i el petroli marquen els contrastos. L'artesanía local inspira els jacquards i els brodats, complementats amb adorns metàl·lics. Apostem per les peces femenines, crepes vaporosos, barreges amb seda i lúrex.



SLOW LIFE

El mundo moderno, con su ritmo de vida, no nos deja procesar el presente y nos surge una necesidad de volver a los orígenes, a conectarnos con la naturaleza y con nuestro interior, a hacer un viaje hacia los valores perdidos.

Queremos disfrutar y vivir experiencias auténticas. La colección de YERSE reafirma su estilo, gana confianza y hace una apuesta por la calidad y el diseño de las materias y prendas. Se inspira en pasteles como los corales suaves, verdes aguas y lavanda, que nos llenan de sensaciones agradables.

El granate, antracita y petróleo marcan los contrastes. La artesanía local, inspira los jacquards y los bordados complementados con adornos metálicos. Apostamos por las prendas femeninas, crepes vaporosos, mezclas con seda y lúrex.



SLOW LIFE

The modern world, with its pace of life, does not allow us to process the present and a need to go back to our roots takes over, to connect with nature and our inner selves, to journey back to lost values.

We wish to live through and enjoy genuine experiences. This collection from YERSE reaffirms our style, garners self-confidence being based around the quality and design of the materials and garments. It is inspired by pastels such as soft corals, water greens and lavender, that fill us with pleasant sensations.

Maroon, anthracite and oil mark the contrasts. Local craftwork inspires the jacquards and the complementary embroidery featuring metallic embellishments. Feminine garments feature heavily, shimmering crepes, mixed with silk and lurex.



Marca comercial / commercial brand:
Yerse

Adreça / dirección / address:
Ctra. Terrassa, 263
08205 Sabadell, Barcelona
Telèfon: +34 93 745 17 00
Fax: +34 93 745 17 01
www.yerse.com
noemi@yerse.com

El Clúster Tèxtil i Moda de Catalunya, és una organització sense ànim de lucre, d'àmbit català, de nova creació, que pretén integrar a totes les empreses que desenvolupen la seva activitat al voltant del negoci de la moda i tèxtil en Catalunya.

La finalitat principal de l'entitat és fomentar la competitivitat de les empreses del clúster tèxtil, confecció i moda de Catalunya mitjançant la cooperació entre empreses i professionals, la promoció de serveis i iniciatives d'internacionalització, formació, recerca, desenvolupament i innovació, així com qualsevol altra iniciativa orientada a la millora competitiva.

Les empreses que actualment formen part de clúster (Enero 2013) són 97 i generen una facturació agregada de 1000 milions d'euros, tenen presència comercial en més de 200 països i ocupen a més de 5.000 professionals.

A Catalunya existeix un potent ecosistema tèxtil-moda format per més de 1.700 empreses i 100.000 professionals, incloent-hi la distribució tèxtil que representa el 4,6% del PIB industrial i el 1,49% del PIB general català. Aquest ecosistema s'estructura mitjançant empreses industrials, marques de moda, distribuïdors, escoles de disseny i un important talent creatiu que, en el seu conjunt, contribueixen al desenvolupament econòmic i social del país i a la imatge que donem a l'exterior.

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

El Cluster Textil y Moda de Cataluña, es una organización sin ánimo de lucro, que fue creada en el año 2011 y que pretende integrar todas las empresas que desarrollan su actividad alrededor del negocio de la moda y del textil en Catalunya.

La finalidad principal de la entidad es fomentar la competitividad de las empresas del clúster textil, confección y moda de Catalunya mediante la cooperación entre empresas y profesionales, la promoción de servicios e iniciativas de internacionalización, formación, investigación, desarrollo e innovación, así como cualquier otra iniciativa orientada a la mejora competitiva.

Las empresas que actualmente forman parte del clúster (Enero 2013) son 97 y generan una facturación agregada de 1000 millones de euros, tienen presencia comercial en más de 200 países y ocupan a mas de 5.000 profesionales.

En Catalunya existe un potente ecosistema textil-moda formado por más de 1.700 empresas y 100.000 profesionales, incluyendo la distribución textil que representa el 4,6% del PIB industrial y el 1,49% del PIB general catalán. Este ecosistema se estructura a través de empresas industriales, marcas de moda, distribuidores, escuelas de diseño y un importante talento creativo que, en su conjunto, contribuyen al desarrollo económico y social del país y a la imagen que damos al exterior.

La actividad del clúster en cooperación con otras entidades públicas y privadas, ha de facilitar el crecimiento de la actividad económica, la ocupación, la transferencia entre creatividad e industria así como el fortalecimiento de la marca Catalunya como un país líder en la industria creativa del diseño y de la moda europea.

The Catalan Fashion and Textile Cluster is a non-profit-making Catalan organization, created in 2011, trying to integrate all the companies that develop the textile and fashion industry in Catalonia.

The mission of this entity is to make impulse to the businesses competitiveness in the textile, apparel and fashion industry in Catalonia and to offer valuable assets to the firms and professionals included in this sector, trough individual and collective initiatives as internationalization, training, research, development and innovation, and any other initiative orientated to the competitive improvement.

97 companies belong to the Cluster (date January 2013). They generate an added turnover of 1 billion Euros, maintain a commercial network around more than 200 countries and occupy 3.000 professionals.

In Catalonia exists a powerful textile-moda ecosystem with more than 1.700 companies and 100.000 professionals, including the textile distribution, that represents 4,6 % of the industrial GDP and 1,49 % of the general Catalan GDP. This ecosystem is structured by means of industrial companies, fashion brands, distributors, schools of design and a powerful, creative talent. All of them contribute to the economic and social development of the country and to improve our international image.

The Cluster statement in cooperation with other public and private entities, must facilitate the increase of the economic activity, occupation, knowledge transfer in between creativity and industry, and to improve the image of the brand Catalunya in Europe as a leader country in the creative and fashion European industry.





HOMENATGE AL CREADOR ANDRÉS SARDÀ
HOMENAJE AL CREADOR ANDRÉS SARDÀ
A HOMAGE TO THE CREATOR ANDRÉS SARDÀ



ANDRÉS SARDÀ

Corrien els anys seixanta a Barcelona, quan Andrés Sardà va decidir crear la seva pròpia empresa de roba interior femenina. Sardà, enginyer tèxtil pertanyent a una família lligada a la indústria del vestuari des de finals del segle XIX, va decidir trencar amb els convencionalismes d'aquella època estèticament fosca i va somiar en aportar-hi la seva particular gota de llum.

Convençut que la llenceria femenina podia ser delicada, afavoridora i temptadora, es va posar al costat de les dones i va dedicar els seus esforços a desterrar dels calaixos de la roba interior aquelles peces usals i poc evolucionades que els omplien fins al moment.

Sardà va buscar per a elles els teixits més suaus, les formes més lleugeres i els colors més fascinants. Es va aliar amb les últimes tecnologies i va buscar els materials més revolucionaris,

com la fibra LYCRA®, per crear col·leccions suggeridores i avantguardistes, peces capaces de captivar les dones i de sublimar el seu embruix i les seves ànsies de llibertat.

Mogut per la seva inquietud, va voler posar-se a prova amb els grans i va ampliar els seus horitzons amb vocació internacional i amb vistes al mercat més exigent, el del luxe. Poc a poc, gràcies a les seves seductores propostes, les seves marques van assolir l'èxit i, el dissenyador, el reconeixement mundial.

A les col·leccions de moda íntima, s'hi van unir les de vestits de bany, perquè com a creador no va tenir límits; com a empresari, els va transgredir tots i va obrir noves vies mai explorades fins al moment per una marca espanyola. Amb la complicitat dels fotògrafs més cosmopolites del moment i de les models més admirades,

va ajudar-se, a l'hora de mostrar la bellesa de les seves peces, amb imatges magnífiques i evocadores, i va convertir en lluminós aquell món d'ombres.

Renaixentista en els seus conceptes i revolucionari en les idees, Sardà ha posat a l'abast de les dones el plaer de sentir-se abrigades en la seva intimitat amb peces boniques, a la moda, afavoridores i amb un punt de bogeria. Els dona armes per sentir-se belles i segures, i els ajuda a sentir-se més poderoses en aquest món tan exigent.

Algunes dècades després, el seu somni és més viu que mai; fidel al seu projecte, sempre lligat a la seva Barcelona de l'ànima, Andrés Sardà ha sabut també ser mestre, i ha dipositat en la seva filla, Nuria Sardà, aquella gota de llum que un dia va perseguir. Junts, han donat continuïtat a la gran marca de luxe en què s'ha convertit aquell desig de crear bellesa, i junts han gaudit del plaer d'embolcar de bellesa les dones.

El temps n'ha condensat l'essència, i avui la marca segueix transmetent l'amor amb què es tallen les peces. Fidel al llegat del seu pare, Nuria Sardà és ara l'alquimista que fon, amb imaginació, les matèries més exquisides.



Corrían los años sesenta en Barcelona, cuando Andrés Sardà, decidió crear su propia empresa de ropa interior femenina. Sardà, ingeniero textil perteneciente a una familia ligada a la industria del vestir desde finales del siglo XIX, decidió romper con los convencionalismos de aquella época estéticamente oscura y soñó con aportar su particular gota de luz.

Convencido de que la lencería femenina podía ser delicada, favorecedora y tentadora, se puso del lado de las mujeres y dedicó sus esfuerzos a desterrar de los cajones de la ropa interior aquellas prendas de uso y poco evolucionadas, que los llenaban hasta el momento.

Sardà buscó para ellas los tejidos más suaves, las formas más ligeras y los colores más fascinantes. Se alió con las últimas tecnologías y buscó los materiales más revolucionarios, como la fibra LYCRA® para crear colecciones sugerentes y vanguardistas, prendas capaces de cautivar a las mujeres y de sublimar su hechizo y sus ansias de libertad.

Movido por su inquietud, quiso probarse con los grandes y amplió sus horizontes con vocación internacional y con vistas al mercado más exigente, el del lujo. Poco a poco, gracias a sus seductoras propuestas, sus marcas alcanzaron el éxito y el diseñador el reconocimiento mundial.

A las colecciones de íntimo se unieron las de baño, porque como creador no tuvo límites; como empresario, transgredió todos ellos y abrió nuevas vías nunca exploradas hasta el momento por una marca española. Con la complicidad de los fotógrafos más cosmopolitas del momento, y de las modelos más admiradas, apoyó la belleza de sus prendas con imágenes magníficas y evocadoras, convirtiendo en luminoso aquel mundo de sombras.

Renacentista en sus conceptos y revolucionario en las ideas, Sardà ha puesto en manos de las mujeres el placer de sentirse arropadas en su intimidad por prendas bonitas,

a la moda, favorecedoras y con un punto de locura. Les da armas para sentirse bellas y seguras, y las ayuda a sentirse más poderosas en éste mundo tan exigente.

Algunas décadas después, su sueño está más vivo que nunca; fiel a su proyecto, siempre ligado a su Barcelona del alma, Andrés Sardà ha sabido también ser maestro, y ha depositado en su hija, Nuria Sardà, aquella gota de luz que un día persiguió. Juntos, han dado continuidad a la gran marca de lujo en que se ha convertido aquel deseo de crear belleza y juntos han disfrutado del placer de envolver de hermosura a las mujeres.

El tiempo ha condensado la esencia y hoy la marca sigue transmitiendo el cariño con el que se cortan las prendas. Fiel al legado de su padre, Nuria es ahora la alquimista que funde con imaginación las materias más exquisitas.



The Sixties were in full swing in Barcelona, when Andrés Sardà, decided to create his own female underwear clothes company. Sardà, a textile engineer belonging to a family connected to the clotheswear industry from the end of the XIXth Century, decided to break with all of the codes and conventions of that aesthetically dark period and dreamt of shedding his own particular "drop of light".

Convinced that lingerie could be delicate, favoring and enticing, he put himself on the side of women and dedicated all of his efforts to unearthing all of those hardly evolved garments in use from underwear draws, that up to then tended to be full of them. Sardà searched out the softest fabrics, the lightest of shapes and the most fascinating colors. He allied himself with the latest technologies and sought the most revolutionary materials, such as the fibre LYCRA® in order to create suggestive and avant-garde collections, garments capable of captivating women and sublimate their spell and angst for freedom.

Moved more by itchy-feet than anything else, he wanted a try-out with the big-boys and widen his horizons with an international vocation and with one eye on the most demanding market - the luxury. Little by little, thanks to his seductive designs, his brands made it to the big-time and brought to the designer world recognition.

Bathroom collections joined his intimate collections, due to the fact that as a creator he knew no limits; as an entrepreneur, he overcame them all and foraged never-before explored routes for a Spanish brand. In collusion with the most cosmopolitan photographers of the time, and the most admired models, the beauty of his garments was supported by the most magnificent and evocative images, turning that world of shadows into one of light.

Renaissance in his concepts and revolutionary in his ideas, Sardà has placed in the hands of women the pleasure of feeling enveloped in their intimacy by beautiful garments, up-to-date with fashion, made to look better and with a modicum of madness. He gives them the weapons to feel beautiful and self-assured, and helps them to feel more powerful in this ever-demanding world.

Several decades later, his dream is more alive than ever; faithful to his project, always tied to the Barcelona of his soul, Andrés Sardà has also known how to be a maestro, and has passed onto his daughter, Nuria Sardà, the torch that casts that particular "drop of light" that he pursued. Together they have brought continuity to the great luxury brand which that desire to create loveliness became and together they have enjoyed the pleasure of wrapping women in beauty.

Time has condensed the essence and today the brand continues to transmit the affection with which the garments are cut. Faithful to her father's legacy, Nuria is now the alchemist who with imagination conjures up the most exquisite materials.



MODAFAD

31 / 01 / 2013 - 21,00h

34^a Edició de MODAFAD, la passarel·la de Dissenyadors de moda Emergents, presenta el dijous 31 gener, a les 21h, la col·lecció de SICC AND PAUL (Guanyadora de l'última edició dels Premis MODAFAD), el Finalista The Coop by Rois-Campoy, i el Dissenyador de Colòmbia convidat Nicolas Rivero (A New Cross), en el marc de la 080 Barcelona Fashion.

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

MODAFAD / FAD
Foment de les Arts i del Disseny

www.modafad.org



34^a Edición de MODAFAD, la pasarela de Diseñadores de moda Emergentes, presenta el jueves 31 Enero, a las 21h, la colección de SICC and PAUL (Ganadora de la última edición de los Premios MODAFAD), el Finalista The Coop by Rois-Campoy, y el Diseñador colombiano invitado, Nicolas Rivero (A New Cross), en el marco de la 080 Barcelona Fashion.

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

MODAFAD / FAD
Foment de les Arts i del Disseny

www.modafad.org



34th Edition of MODAFAD, the catwalk of fashion emerging designers, presents on Thursday 31 January, at 21h, the collection of SICC and PAUL (winner of the last edition of the MODAFAD Awards), Finalist The Coop by Rois-Campoy, and the Guest Designer from Colombia, Nicolas Rivero (A New Cross), within the framework of the 080 Barcelona Fashion.

Press Dpt FAD:
Comunicacio@fad.cat
prensa@fad.cat

MODAFAD / FAD
Foment de les Arts i del Disseny

www.modafad.org







**BRAND BUSINESS
SHOPPING**



POP-UP STORES

Les col·leccions actuals de roba i accessoris del dissenyadors més avantguardistes a la venda.



Dona / Mujer / Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Laia Garcés i Núria Martí

Marca comercial / commercial brand:

a-couple

Tel: 665 807 046 / 647 805 791

www.a-couple.com

acouple.acouple@gmail.com

Home - Dona

Hombre - Mujer

Man - Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Ahida Agirre

Marca comercial / commercial brand:

Ahida Agirre

Tel: 667 030 436

www.ahidaagirre.com

ahida.agirre@gmail.com

Home - Dona - Calçat

Hombre - Mujer - Calzado

Man - Woman - Shoes

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Alexis Reyna

Marca comercial / commercial brand:

Alexis Reyna

Tel: 630 857 906

www.alexisreyna.com

rex@alexisreyna.com

Dona / Mujer / Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Olga Prat Fernández

Marca comercial / commercial brand:

AMIMANERA

Tel: 671 201 516 / 931 858 479

www.amimanera.net

olga@amimanera.net

Complements

Complementos

Accessories

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Anna Albert

Marca comercial / commercial brand:

Anna Albert

Tel: 619 719 894

www.annaalbert.com

anna@annaalbert.com

Las colecciones actuales de ropa y accesorios de los diseñadores más vanguardistas a la venta.



Home - Dona

Hombre - Mujer

Man - Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Begoña Noya Ruiz / Simon

Marca comercial / commercial brand:

Begoña Noya

Tel: 647 738 796 / 697 711 418

www.begonanoya.com

www.bego4monso.com

info@bego4monso.com

info@begonanoya.com

Dona / Mujer / Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Clara Mallart Lacruz

Marca comercial / commercial brand:

Clara Mallart Lacruz

Tel: 660 048 138

<http://claramallart.blogspot.com>

claramallart@gmail.com

Home - Dona

Hombre - Mujer

Man - Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Elisabet Vallecillo

Marca comercial / commercial brand:

Colmillo de Morsa

Tel: 687 528 864 / 645 206 365

www.elcolmillodemorsa.com

info@elcolmillodemorsa.com

Calçat - Calzado - Shoes

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Paloma Moreno Rodríguez

Marca comercial / commercial brand:

DE FLORES Y FLOREROS

Tel: 645 954 547

www.defloresyfloreros.com

paloma.moreno@defloresyfloreros.com

Dona / Mujer / Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Núria Gil / Bernat Gil

Marca comercial / commercial brand:

EL SUSO

Tel: 669 450 493 / 676 993 968

www.elsuso.com

contact@elsuso.com

Find the current clothing and accessories collections from avant-garde designers.



Home - Dona

Hombre - Mujer

Man - Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Elena Gallego

Marca comercial / commercial brand:

Elena Gallego

Tel: 636 400 057

www.elenagallego.net

elenagallego80@hotmail.com

Dona / Mujer / Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Andrea Lorenzo

Marca comercial / commercial brand:

ENZ-A

Tel: : 667 324 450

www.enz-a.com

andrealorenzo@enz-a.com

Calçat - Calzado - Shoes

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Eva Maria Bazán

Marca comercial / commercial brand:

EVA Vs MARIA

Tel: 686 509 192

www.evavsmaria.com

studio@evavsmaria.com

Complements

Complementos

Accessories

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Gemma López

Marca comercial / commercial brand:

Gemma López Barcelona

Tel: 933 182 135

www.gemmalopez.com

joan@gemmalopez.com

POP-UP STORES

Dona / Mujer / Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Nuria Posa Martinez

Marca comercial / commercial brand:

ICONIC BARCELONA 2012, S.L.

Tel: 627 889 005 / 93 179 21 23

www.iconicbarcelona.com

nuria@iconicbarcelona.com

Joieria / Joyería / Jewelry

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Irene Carrera Joies

Marca comercial / commercial brand:

Irene Carrera

Tel: 619 383 264 / 973 246 948

www.irenecarrera.com

carrerairene@gmail.com

Dona / Mujer / Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Alejandrina Rosell / Julia Arizu

Marca comercial / commercial brand:

Juliju

Tel: 655 469 682 / 932 099 160

www.juli-ju.com

alejandrina@juli-ju.com

julia@juli-ju.com

Complements

Complementos

Accessories

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Laura Miret

Marca comercial / commercial brand:

LAURA MIRET Barcelona

Tel: 637 414 683

laura_miret@hotmail.com

Complements

Complementos

Accessories

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Olga Dubovik

Marca comercial / commercial brand:

LUBOCHKA

Tel: 677 401 323

www.lubochka.com

info@lubochka.com

Complements

Complementos

Accessories

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Sarai Domingo

Marca comercial / commercial brand:

MANILA

Tel: 651 902 431 / 933 104 856

www.manilabarcelona.com

sarai@manilabarcelona.com

Complements

Complementos

Accessories

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Marina Grafeuille

Marca comercial / commercial brand:

Marina Grafeuille

Tel: 692 81 91 56

www.marinagrafeuille.com

marinagrafeuille@hotmail.com

Dona / Mujer / Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Montse Liarte

Marca comercial / commercial brand:

MONTSE LIARTE

Tel: 679 27 24 67

www.montseliarte.com

montse-liarte@hotmail.com

info@montseliarte.com

Dona / Mujer / Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Ana Rodríguez

Marca comercial / commercial brand:

Pinc by Ana Tichy

Tel: 932 009 771

www.anatichy.com

ana@anatichy.com

Complements

Complementos

Accessories

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Anna Ferrer

Marca comercial / commercial brand:

QUECOSA PECOSA

Tel: 619 360 201

<http://quecosapecosa.blogspot.com>

quecosapecosa@yahoo.es

Joieria / Joyería / Jewelry

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Silvina Rio

Marca comercial / commercial brand:

RIO

Tel: 696 167 601

www.silvinario-joyas.blogspot.com

rio.silvina@yahoo.com

Complements

Complementos

Accessories

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Beatriz Parras

Marca comercial / commercial brand:

SECRETOS DE ALCOBA

Tel: 627 476 187

www.secretosdealcoba.com

secretosdealcoba.b@gmail.com

Dona / Mujer / Woman

Dissenyador / Diseñador / Designer:

Nadia Mediavilla

Marca comercial / commercial brand:

Siete del Once

Tel: 645 592 213

www.sietedelonce.com

nadia@sietedelonce.com

SHOWROOM

Clothing & Accessories Showroom,
una mostra dels looks més
representatius i els complements
més creatius de les col·leccions
Tardor/Hivern 2013/14.



Dona / Mujer / Woman
Marca comercial / commercial brand:
aldomartins
Contacte / Contacto / Contact:
Martí Bisbal
Adreça / dirección / address:
C/ Portugal, 5. 08700 Igualada
Barcelona
Tel: +34 938 054 042
Director / Manager: Martí Bisbal
**Agència de premsa / Agencia
de prensa / Press agency:**
aldomartins@aldomartins.com

www.aldomartins.com
aldomartins@aldomartins.com

Bosses / Bolsos / Bags
Marca comercial / commercial brand:
Ativ by vita
Contacte / Contacto / Contact:
Tania Muñoz García
Adreça / dirección / address:
C/ Rasos de Peguera 70 A 5é 1a
08033 Barcelona
Tel: +34 636 228 700
**Agència de premsa / Agencia
de prensa / Press agency:**
taniang81@yahoo.es

www.ativbyvita.com
taniang81@yahoo.es

Nens / Niños / Kids
Marca comercial / commercial brand:
BÓBOLI
Contacte / Contacto / Contact:
Mónica Algás
Adreça / dirección / address:
Av. President Companys, 16
08302 Mataró. Barcelona
Tel: +34 937 982 000
Fax: +34 937 980 500
Director / Manager:
Francisco Algás
**Responsable comercial /
Commercial contact:**
Mónica Algás
**Agència de premsa / Agencia
de prensa / Press agency:**
monica_algas@boboli.es

www.boboli.es
monica_algas@boboli.es

Clothing & Accessories Showroom,
una muestra de los looks más
representativos y los complementos
más creativos de las colecciones
Otoño/Invierno 2013/14.



Bosses / Bolsos / Bags
Marca comercial / commercial brand:
condesita-barcelona
Contacte / Contacto / Contact:
Marta López Montano
Adreça / dirección / address:
C / Francisco Moragas, 60 3r 4a
08901 L'Hospitalet del Llobregat
Barcelona
Tel: +34 626 788 913
+34 678 353 209
Fax: +34 937 980 500
**Agència de premsa / Agencia
de prensa / Press agency:**
info@condesita-barcelona.com

www.condesita-barcelona.com
info@condesita-barcelona.com

Nens / Niños / Kids
Marca comercial / commercial brand:
CÓNDOR
Contacte / Contacto / Contact:
Ester Lloveras
Adreça / dirección / address:
C/ Rial De Sa Clavella, 89
08350 Arenys de Mar
Barcelona
Tel: +34 937 959 980
Fax: +34 937 959 985
Director / Manager:
Roser Ramos Badia
**Responsable comercial /
Commercial contact:**
Manel Serrano Polo
**Agència de premsa / Agencia
de prensa / Press agency:**
mkt@condor.es

www.condor.es
mkt@condor.es

Clothing & accessories Showroom,
a simple of the most representative
and creative looks and complements
from the Autumn/Winter 2013/2014
collections.



Dona / Mujer / Woman
Marca comercial / commercial brand:
Enz-A
Contacte / Contacto / Contact:
Andrea Lorenzo
Adreça / dirección / address:
Av. Can Palmer, 103
08840 Viladecans. Barcelona
Tel: +34 667 324 450
Director / Manager: Martí Bisbal
**Agència de premsa / Agencia
de prensa / Press agency:**
andrealorenzo@enz-a.com

www.enz-a.com
andrealorenzo@enz-a.com

Dona / Mujer / Woman
Marca comercial / commercial brand:
ESCORPION
Contacte / Contacto / Contact:
Manel García
Adreça / dirección / address:
C/ València, 229 principal
08007 Barcelona
Tel: +34 938 030 600
Director / Manager:
Bernat Biosca
**Agència de premsa / Agencia
de prensa / Press agency:**
info@escorpion.com

www.escorpion.com
info@escorpion.com

Calçat / Calzado / Shoes
Marca comercial / commercial brand:
Gioia Maini
Contacte / Contacto / Contact:
Gioia Maini
Adreça / dirección / address:
C/ Regomir, 31 5è pis
08002 Barcelona
Tel: +34 626 690 044
Director / Manager: Gioia Maini
**Responsable comercial /
Commercial contact:**
Álvaro Barron Ortega
**Agència de premsa / Agencia
de prensa / Press agency:**
info@gioiamaini.com

www.gioiamaini.com
info@gioiamaini.com

SHOWROOM

Dona / Mujer / Woman

Marca comercial / commercial brand:

GUIWARE

Contacte / Contacto / Contact:

Marta Pinart

Adreça / dirección / address:

C/ Resseguidora, 1

08302 Mataró. Barcelona

Tel: +34 937 983 050

Fax: +34 937 570 845

Director / Manager: Josep Pinart

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

mkt@guitare.es

Agent comercial /

Commercial agent:

Germans Gimeno

www.guitare.es

mkt@guitare.es

Dona / Mujer / Woman

Marca comercial / commercial brand:

Javier Simorra

Contacte / Contacto / Contact:

Xesca Bauzá

Adreça / dirección / address:

Polígono Industrial Can

Casablanques, C/Valles, 3

08192 Sant Quirze del Vallès,

Barcelona

Tel: + 34 937 217 978

Fax: +34 937 216 963

Responsable comercial /

Commercial contact:

Álex Dimas Carmona

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

Nuria March Comunicació

www.javiersimorra.com

rrpp@simorra.com

Dona / Mujer / Woman

Marca comercial / commercial brand:

JUSTICIA RUANO

Contacte / Contacto / Contact:

Justicia Ruano

Adreça / dirección / address:

C/ Diputació, 293 entresòl 2ª

08009 Barcelona

Tel: +34 933 078 130

Director / Manager: Justicia Ruano

Responsable comercial /

Commercial contact:

Tereza Dvoracova

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

justi.ruano@yahoo.es

Agent comercial /

Commercial agent:

AMF SHOWROOM

www.justiciaruano.com

justi.ruano@yahoo.es

Dona / Mujer / Woman

Marca comercial / commercial brand:

KATARINA GREY

Contacte / Contacto / Contact:

Katrin Garí

Adreça / dirección / address:

C/ Joan Obiols, 15-17 1r 1a esc A

08034 Barcelona

Tel: +34 658 430 198

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

grey.katarina@gmail.com

www.katarinagrey.com

grey.katarina@gmail.com

Barrets / Sombreros / Hats

Marca comercial / commercial brand:

maku-maku hats

Contacte / Contacto / Contact:

Carles Martí

Adreça / dirección / address:

La Casica d'en Mas, s/n

17830 Mieres. Girona

Tel: +34 972 680 239

Fax: +34 972 680 239

Director / Manager:

Carles Martí

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

info@maku-maku.com

www.maku-maku.com

info@maku-maku.com

Dona / Mujer / Woman

Marca comercial / commercial brand:

Mayo

Contacte / Contacto / Contact:

Julie O'Connell

Adreça / dirección / address:

C/ Montsió, 6 Bis KR store

08002 Barcelona

Tel: +35 385 726 5477

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

oconnelljulie@rocketmail.com

www.mayoclothing.com

oconnelljulie@rocketmail.com

Bosses / Bolsos / Bags

Marca comercial / commercial brand:

Minku

Contacte / Contacto / Contact:

Kunmi Otitoju

Adreça / dirección / address:

C/ Nàpols 5, 4r 1a esq

08018 Barcelona

Tel: +34 692 259 535

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

minku@minkudesign.com

www.minkudesign.com

minku@minkudesign.com

Bosses / Bolsos / Bags

Marca comercial / commercial brand:

musabajoelarbó

Contacte / Contacto / Contact:

Silvina Musa

Adreça / dirección / address:

C/ Galileu, 175, 08224 Terrassa.

Barcelona

Tel: +34 696 173 799

Responsable comercial /

Commercial contact:

paly@musabajoelarbó.com

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

info@musabajoelarbó.com

www.musabajoelarbó.com

info@musabajoelarbó.com

FERO, FUNDACIÓN DE INVESTIGACIÓN ONCOLÓGICA

Compromís de la Fundació Fero en la lluita contra el càncer, mitjançant la investigació oncològica.

La Fundació Fero va ser fundada l'any 2001 pel Dr. Josep Baselga, que actualment n'és el president, simultàniament a la Direcció Mèdica del Memorial-Sloan Kettering Cancer Center de Nova York. És una entitat sense ànim de lucre, benèfica i científica, dedicada a la investigació translacional del càncer i al tractament oncològic.

Integració i promoció de la investigació oncològica en institucions assistencials per facilitar la interacció entre la investigació bàsica i la clínica: això és el que es denomina investigació translacional. Resultat: tractament a mida per al pacient oncològic i possibilitat de crear nous fàrmacs.

Ateses les carències existents, Fero recapta fons per pal·liar les repercussions socials del càncer, mitjançant la investigació i un tractament ràpid. Les donacions que obté Fero tenen caràcter totalment benèfic i universal, i estan a disposició de tota la nostra societat.

Assoliments destacables:

- Col·laboració en l'aprovació d'alguns fàrmacs.
- Beques anuals d'investigació.
- Suport a joves oncòlegs espanyols.

- Importants projectes en curs personalitzats per donants individuals.

- Finançament de laboratoris i de maquinària d'última generació.
- Captació de grans investigadors i oncòlegs d'altres centres o de l'estranger.
- Creació, el 2006, del primer centre de càncer de mama, ubicat a les instal·lacions de la Vall d'Hebron.
- Nombroses campanyes divulgatives i de captació de fons.
- Programes de conferències divulgatives.
- Promoció de la Setmana del Càncer de Mama. Crida a la implicació ciutadana.

Projecte estrella de Fero:

Aconseguir el finançament de l'equipament d'un edifici de 8.000m², ubicat a la Vall d'Hebron, destinat íntegrament a oncologia: investigació oncològica i aplicació clínica mitjançant l'atenció al pacient.

No existeix una donació petita, tota donació és important.

Polsera de Cruciani:

Aquest any, Fero compta amb el suport de Cruciani, a través del disseny i de la donació d'una polsera creada per a la ocasió, de color rosa, que comercialitzem al preu de 10€, destinats íntegrament a Fero.



Compromiso de la Fundación Fero en la lucha contra el cáncer mediante la investigación oncológica.

La Fundación Fero fue fundada por el Dr. Josep Baselga en el año 2001, de la cual es Presidente en la actualidad, simultáneamente a la Dirección Médica del Memorial-Sloan Kettering Cancer Center de Nueva York. Es una entidad sin ánimo de lucro, benéfica y científica dedicada a la investigación traslacional del cáncer y tratamiento oncológico.

Integración y promoción de la investigación oncológica en instituciones asistenciales para facilitar la interacción entre la investigación básica y clínica, lo que se denomina investigación traslacional; resultado: tratamiento a medida al paciente oncológico y posibilidad de crear nuevos fármacos.

Dadas las carencias existentes Fero recauda fondos para paliar las repercusiones sociales del cáncer mediante la investigación y un rápido tratamiento. Las donaciones que Fero obtiene tienen carácter totalmente benéfico y universal, a disposición de toda nuestra sociedad.

Logros destacables:

- Colaboración en la aprobación de algunos fármacos.
- Becas anuales de investigación.



FERO, FUNDACIÓN DE INVESTIGACIÓN ONCOLÓGICA

- Apoyo a jóvenes oncólogos españoles.
- Importantes proyectos en curso personalizados por donantes individuales.
- Financiación de laboratorios y maquinaria de última generación.
- Captación de grandes investigadores y oncólogos de otros centros o del extranjero.
- Creación en 2006 del primer centro de cáncer de mama, ubicado en las instalaciones de Vall d'Hebron.
- Numerosas campañas divulgativas y de recaudación de fondos.
- Programas de conferencias divulgativas.
- Promoción de la Semana del Cáncer de Mama. Llamada a la implicación ciudadana.

Proyecto estrella de Fero:

Conseguir la financiación del equipamiento de un edificio de 8.000m², ubicado en Vall d'Hebron, íntegramente destinado a oncología: investigación oncológica y aplicación clínica mediante la atención al paciente.

Pulsera de Cruciani:

Este año, Fero cuenta con el apoyo de Cruciani, mediante el diseño y donación de una pulsera creada para la ocasión, en color rosa, que comercializamos al precio de 10€, íntegramente destinados a Fero.

No existe una donación pequeña, toda donación es importante.

Commitment of the Fero foundation in the fight against cancer through oncological research.

The Fero foundation was founded in 2001 by the current president Dr. Josep Baselga. At the same time he is medical director of the Sloan-Kettering Memorial Cancer Center in New York. It is a charitable, scientific non-profit organization dedicated to translational cancer research and oncological treatment.

The integration and promotion of oncological research within healthcare institutions to facilitate the integration of basic research into clinical research, so called translational research; the result: personalized treatment for oncological patients and the possibility of creating new pharmaceuticals. Given the existing deficiencies, Fero raises funds to alleviate the social repercussions of cancer through research and rapid treatment. The donations received by Fero are completely charitable and universal, at the disposal of the whole of our society.

Notable achievements:

- *Cooperation in the approval process of some pharmaceuticals.*
- *Annual research grants.*
- *Support for young Spanish oncologists.*
- *Large personalized to donor projects underway.*

- *Funding of laboratories and for latest technology.*
- *Recruitment of leading researchers from other centers and abroad.*
- *The creation in 2006 of the first breast cancer center, situated within the facilities of the Vall d' Hebron hospital.*
- *Several educational and fund raising campaigns.*
- *Program of educational conferences.*
- *Promotion of Breast Cancer Week, a call for citizen involvement.*

Fero's star project:

Procuring funding for the equipping of an 8000 m² building, situated at the Vall d' Hebron hospital, exclusively dedicated to oncology: research and clinical oncology through patient treatment.

Cruciana Bracelet:

This year, Fero has the support of Cruciani through the design and donation of a bracelet specially designed for the occasion, in pink, to be sold for 10€ the total proceeds of which will go wholly to Fero.

No donation is too small. Every donation counts.



SHOWROOM

Dona / Mujer / Woman

Marca comercial / commercial brand:

Natar Georgiou

Contacte / Contacto / Contact:

Peter Petrou

Adreça / dirección / address:

13cd Ypranoros Street

1061 Nicosia. Cyprus

Tel: +35 796 744 459

Responsable comercial /

Commercial contact:

Andria Aletrari

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

info@natargeorgiou.com

www.natargeorgiou.com

info@natargeorgiou.com

Dona / Mujer / Woman

Marca comercial / commercial brand:

NAULOVER

Contacte / Contacto / Contact:

Xavier Vich

Adreça / dirección / address:

C/ Muntaner, 240 2n 2a

08021 Barcelona

Tel: +34 934 877 318

Director / Manager:

Carme Noguera

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

javier@naulover.com

www.naulover.com

javier@naulover.com

Calçat / Calzado / Shoes

Marca comercial / commercial brand:

paulo salinas

Contacte / Contacto / Contact:

Paulo Salinas

Adreça / dirección / address:

C/ Juan Ramon Jimenez, 22

08902 L'Hospitalet del

Llobregat, Barcelona

Tel: +34 656 267 190

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

paulosalinas@gmail.com

www.paulosalinas.com

paulosalinas@gmail.com

Home - Dona

Hombre - Mujer

Man - Woman

Marca comercial / commercial brand:

PUNTO BLANCO

Contacte / Contacto / Contact:

Anna Zenón

Adreça / dirección / address:

Av. Balmes, 16

08700 Igualada, Barcelona

Tel: +34 938 035 252

Fax: +34 938 044 362

Director / Manager:

Josep Ignasi Reixach

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

azenon@puntoblanco.com

www.puntoblanco.com

azenon@puntoblanco.com

Home - Dona

Hombre - Mujer

Man - Woman

Marca comercial / commercial brand:

Teixidors

Contacte / Contacto / Contact:

Antònia Bové

Adreça / dirección / address:

C/ Mas Adei, 65

08221 Terrassa, Barcelona

Tel: +34 656 823 667

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

above@teixidors.com

www.teixidors.com

above@teixidors.com

Joieria / Joyería / Jewelry

Marca comercial / commercial brand:

TJA NOOR

Contacte / Contacto / Contact:

Olga Espriu Martínez

Adreça / dirección / address:

C/ Septimania, 59

08006 Barcelona

Tel: +34 934 852 670

Fax: +34 934 852 670

www.tja-noor.com

olga.espriu@tja-noor.com

Home / Hombre / Man

Marca comercial / commercial brand:

TORRAS

Contacte / Contacto / Contact:

Mireia Sabartés Roigé

Adreça / dirección / address:

Pol. Industrial La Borda

Garraf, 33. 08140 Caldes

de Montbuí, Barcelona

Tel: +34 938 627 533

Fax: +34 938 654 442

Director / Manager:

Josep Maria Serra Clerch

www.torras.com

info@torras.com

Dona / Mujer / Woman

Marca comercial / commercial brand:

YERSE

Contacte / Contacto / Contact:

Noemi Arans

Adreça / dirección / address:

Ctra. Terrassa, 263

08205 Sabadell, Barcelona

Tel: +34 937 451 700

Director / Manager:

Pep Generó

Agència de premsa / Agencia

de premsa / Press agency:

noemi@yerse.com

www.yerse.com

noemi@yerse.com



**MARXANDATGE
MERCHANDISING
MERCHANDISING**



A la venda en el mostrador d'acreditació.
En venta en el mostrador de acreditación.
For sale at the accreditation counter.



Preu / Precio / Price : 15€



Preu / Precio / Price : 15€

Disseny / Diseño / Design: Eva Anguita

Disseny guanyador de l'edició Tardor/Hivern 2012-13, realitzat per Laura Vaquero.
Diseño ganador de la edición Otoño/Invierno 2012-13, realizado por Laura Vaquero.
Winner design Fall Winter 2012-13 by Laura Vaquero.



Preu / Precio / Price : 20€

Disseny guanyador de l'edició Primavera/Estiu 2013,realitzat per Maria Vázquez.
Diseño ganador de la edición Primavera/Verano 2013, realizado por María Vázquez.
Winner design Spring/Summer 2013 by Maria Vázquez.



Preu / Precio / Price : 20€



Preu / Precio / Price : 5€



Preu / Precio / Price : 5€



PATROCINADORS
PATROCINADORES
SPONSORS





5° Heineken recomienda el consumo responsable.

TRENDING TOPIC DESDE 1873



Heineken[®]
open your world

Heineken[®]

PHOTOGRAPHED BY TIBBO WESTERMAN

ELITE MODEL LOOK CASTING2013

Nº1 MODEL SEARCH WWW.ELITEMODELLOOK.ES

elite
MODEL LOOK
ESPAÑA
TRESemmé

INSCRÍBETE EN FACEBOOK - ELITE MODEL LOOK ESPAÑA

080
BARCELONA
FASHION

ASUS recomienda Windows 8.



Las especificaciones pueden variar según el modelo. Recomendamos que compruebes las especificaciones concretas en tu tienda habitual. Intel, el logotipo Intel, Intel Inside, Intel Core y Core Inside son marcas o marcas registradas de Intel Corporation o de sus filiales en Estados Unidos y en otros países.

EN BUSCA DE LO INCREÍBLE

PARA LOS QUE APRECIAMOS LA BELLEZA QUE REPRESENTAN LOS RETOS

ASUS ZENBOOK™ EL INCREÍBLE ULTRABOOK™ INSPIRADO POR INTEL®

Tan fino como ligero, tan elegante como simple, tan potente como increíble. Con el nuevo procesador Intel® Core™ i5, Windows 8 y un formato ultraportátil, el ASUS ZENBOOK™ ha sido creado para acompañarte allá donde vayas y ofrecerte el potencial necesario para que llegues todavía más lejos.





Compartida, la vida és més.

Celebrem que Barcelona ja és 100% Movistar Fibra Òptica

1004
Botigues Movistar
www.movistar.es/fibra

Canvia't ara



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 excepcional 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.

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

Para más información:
www.maccosmetics.es

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

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

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

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

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

More information:
www.maccosmetics.es





LA ROCA VILLAGE

MÁS DE 100 BOUTIQUES POR DESCUBRIR.

BDBA, Bimba & Lola, Comptoir des Cotonniers, Desigual,
Escada Sport, Guy Laroche by Goes, Hoss Intropia, Juicy Couture, Maje,
Sandro, Sita Murt, TCN y muchas más....

*y muchas más con descuentos ahora de hasta el **80%** sobre el precio original.*

LA ROCA  VILLAGE
CHIC OUTLET SHOPPING®

ChicOutletShopping.com | LaRocaVillage.com

CHROMATICS

NUEVOS TONOS
SIN 2013

RUPTURA TECNOLÓGICA 0,2,4.

- 0. CERO AMONIACO. CERO OLOR
- 2. CABELLO x2 MÁS FORTIFICADO*
- 4. RESULTADOS DE COLOR 4 DIMENSIONES



¿QUIERES SER DIFERENTE?

ELIJE REDKEN, LA MARCA TRENDY DE NUEVA YORK, EXCLUSIVA DE LOS SALONES DE PELUQUERÍA.

¡ÚNETE A LA TRIBU!

Contáctanos en el 91 177 88 49
o redkenspain@es.loreal.com

SÓLO
EN LOS MEJORES
SALONES
DE PELUQUERÍA

Para más información: 91 177 88 49.

GET INSPIRED. BE PART OF IT.

WWW.REDKEN.ES



REDKEN
5TH AVENUE NYC

www.SOLANDECABRAS.ES

twitter @SOLAN_DE_CABRAS

FACEBOOK.COM/SOLANDECABRAS

SÍGUENOS EN:



DONDE LA PUREZA
SE CONVIERTE EN AGUA



Mucho Más que Agua



PASSIONNÉ DE SPORT
DEPUIS 1882

**84" ULTRA HD:
GRANDEZA
QUE TRANSFORMA
LA IMAGEN EN LUJO**



Más de medio siglo de experiencia en la fabricación de televisores, sólo podían llevarnos a crear una obra maestra a la altura de tus sueños.

La inmensidad en 84 pulgadas, con una espectacular imagen ultra HD de nueva generación.

Una experiencia fascinante que hará aún más delgada la línea que separa tus sueños de la realidad.

TV 84LM960V

La pantalla más grande del mercado



42"	42"
42"	42"

Tan grande como
4 pantallas de 42"

Venta bajo demanda.
Más información en
www.lg.com/es/grandescosas

LEXUS CT 200h Híbrido

por **200 €/mes***



EL HÍBRIDO PREMIUM MÁS VENDIDO EN ESPAÑA¹

*36 Cuotas mensuales de 200 €. Entrada inicial de 8.486,40 €.

Última cuota (valor futuro garantizado) de 12.871 €. TIN: 5,25%. T.A.E. 6,57%.

Compatible con subvención híbrida Lexus y Descuento plan PIVE.

LEXUS BARCELONA

C/ Tuset, 23-25

C/ Paris, 82

08006 Barcelona

08029 Barcelona

Tel. 932 006 464

Tel. 931129 414

www.estilolexus.com

www.mundolexus.com/barcelona

 **LEXUS**
Creating Amazing



136 cv

3,8 l/100 km

87 Emisiones CO₂ g/km

0,003 Emisiones NOx g/km



5 años de garantía

*Oferta realizada para el modelo CT 200h PVP 26.086,00 € recomendada (en Península y Baleares para vehículos en stock. IVA, transporte, impuesto de matriculación, campaña promocional y descuento Plan PIVE incluidos). El vehículo visualizado no coincide con el vehículo ofertado. Entrada: 8.486,40 €. 36 cuotas de 200 € y una última cuota (valor futuro garantizado) de 12.871 €. A los tres años podrá decidir entre devolver (según condiciones de contrato), cambiar o quedárselo financiando o pagando la última cuota. Comisión de apertura 2,75% (483,99 €). Importe total aplazado: 29.041,39 €. TIN: 5,25% TAE: 6,57%. Oferta financiera de ToyotaKreditbank GmbH Sucursal en España. Financiación válida hasta el 31/01/2013. Emisiones CO₂ desde 87 g/km. Consumo medio desde 3,8 l/100 km. ¹Según matriculaciones DGT 2011.

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

www.ccam.cat
ccam@gencat.cat

Producció, Direcció artística i Càsting:
ESMA Proyectos

Prensa Nacional, RRPP i Patrocinis:
Equipo Singular

Prensa Internacional:
XXL Comunicación

Disseny i maquetació:
Eva Anguita

Impressió:
Dilograf, SL

Edita:
© Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Ocupació
Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM)
C/ Provença, 339
08037 Barcelona

1a edició
1.500 exemplars
Barcelona, gener de 2013

Dipòsit Legal
B. 2491-2013

ISSN: 2014-3710



**Generalitat
de Catalunya**