



BARCELONA  
F A S H I O N  
20<sup>a</sup> edició



R. Toledo

**Recinte Modernista de Sant Pau**  
del 26 al 30 de juny de 2017

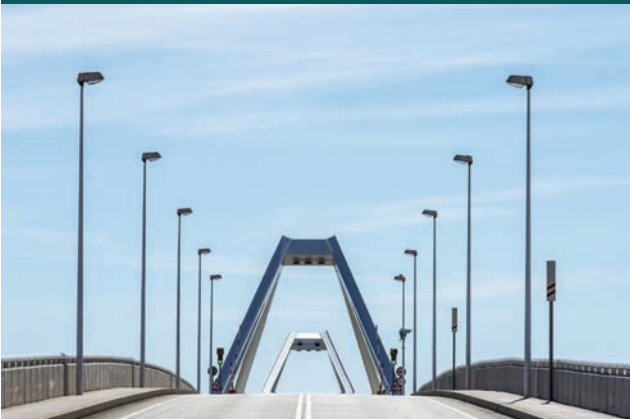
[o80barcelonafashion.cat](http://o80barcelonafashion.cat) · [@o80\\_bcn\\_fashion](https://twitter.com/o80_bcn_fashion) · [#o80BcnFashion](https://www.instagram.com/o80BcnFashion)



Generalitat  
de Catalunya







# ZALANDO STUDIOS

**VISÍTANOS EN  
080 BARCELONA  
FASHION**





CREA UNA PEÇA ÚNICA TAGGEJANT UN VESTIT  
DISSENYAT PER KRIZIA ROBUSTELLA A  
L'ESTAND DE MORITZ DEL 080 BARCELONA FASHION.  
I GAUDEIX D'UNA MORITZ BEN FRESCA, ÉS CLAR!

26\_30 DE JUNY  
SANT PAU RECINTE MODERNISTA

080  
BARCELONA  
FASHION





Els darrers anys han estat anys de reposicionament del sector del tèxtil moda a Catalunya en el panorama internacional. Aquesta edició del 080 Barcelona Fashion, la número 20, arriba just en un moment en què el sector està creixent en facturació, augmenta les exportacions i hi ha un major reconeixement del sector, tant a casa nostra com a fora.

Aquesta edició, que coincideix amb el 10è aniversari de la passarel·la, és una edició de xifres rècords: 37 desfilades programades i més de 80 participants a la 080 Fashion Showroom, una iniciativa conjunta amb Modacc, que donarà peu a més de 300 reunions de treball i 69 marques en les desfilades. La confiança amb la 080 s'ha estès també entre els patrocinadors, mai abans tants hi havien confiat.

Al llarg d'aquest deu anys de 080, s'ha estat fent molta i molt bona feina, per part de tothom, i això fa que avui puguem parlar d'un bon moment del sector. Barcelona i Catalunya han estat sempre capdavanters pel que fa al disseny i la creació, i avui, se'ls reconeix també, com a referents en el món de la moda. Estic convençut que el 080 Barcelona Fashion hi ha contribuït.

La 080 Barcelona Fashion és una oportunitat per projectar al món la solidesa del sector de la moda, un sector que uneix tradició i modernitat de la mà de les marques i firmes catalanes més consolidades, a les que s'hi ha d'afegit la creativitat i el talent dels valors emergents. Una lògica de treball que ens demostra els millors valors de la societat catalana.

El Govern de Catalunya està convençut de continuar donant impuls i eines de promoció en aquest sector. Si s'ha arribat fins aquí, amb aquest reconeixement creixent, és gràcies també, a tots i cada un dels dissenyadors i marques que en cada edició han superat les seves propostes creatives, i que han entès que el seu mercat és el món.

Des dels que esteu estudiant a les diferents escoles, com els que ja teniu un camí fet, com aquells que les vostres empreses tenen un reconeixement ja internacional, sigueu benvinguts en aquesta edició d'aniversari. Vull fer una menció a la premsa especialitzada del sector i un reconeixement a la difusió que fa dels nostres creadors. Per tota aquesta feina, moltes gràcies a tots.

Espero i desitjo que sigui ben profitosa per a tothom!

**Jordi Baiget i Cantons**

Conseller d'Empresa i Coneixement

Los últimos años han sido años de reposicionamiento del sector textil moda en Catalunya en el panorama internacional. Esta edición del 080 Barcelona Fashion, la número 20, llega justo en un momento en que el sector está creciendo en facturación, aumenta las exportaciones y hay un mayor reconocimiento del sector, tanto en nuestra casa como fuera.

Esta edición, que coincide con el 10º aniversario de la pasarela, es una edición de cifras records: 37 desfiles programados y más de 80 participantes en la 080 Fashion Showroom, una iniciativa conjunta con Modacc, que dará pie a más de 300 reuniones de trabajo y 69 marcas en los desfiles. La confianza en 080 se ha extendido también entre los patrocinadores, nunca antes habían confiado tanto.

A lo largo de estos diez años de 080, se ha estado haciendo muy buen trabajo, por parte de todo el mundo, y esto hace que hoy podamos hablar de un buen momento en el sector. Barcelona y Catalunya han sido siempre líderes en el ámbito del diseño y la creación, y hoy, son reconocidos también, como referentes en el mundo de la moda. Estoy convencido de que la 080 Barcelona Fashion ha contribuido a ello.

La 080 Barcelona Fashion es una oportunidad para proyectar al mundo la fortaleza del sector de la moda, un sector que une tradición y modernidad de la mano de las marcas y firmas catalanas más consolidadas, a las que se ha añadido la creatividad y el talento de los valores emergentes. Una lógica de trabajo que nos demuestra los mejores valores de la sociedad catalana.

El Govern de Catalunya está convencido de continuar dando impulso y herramientas de promoción en este sector. Si se ha llegado hasta aquí, con este reconocimiento creciente, es gracias también, a todos y cada uno de los diseñadores y marcas que en cada edición han superado sus propuestas creativas, y que han entendido que su mercado es el mundo.

Desde los que estáis estudiando en diferentes escuelas, como los que ya tenéis el camino hecho, como aquellos que vuestras empresas tienen un reconocimiento ya internacional, sed bienvenidos en esta edición de aniversario. Quiero hacer una mención a la prensa especializada del sector y un reconocimiento a la difusión que se hace de nuestros creadores. Por todo este trabajo, muchas gracias a todos.

¡Espero y deseo que sea bien provechosa para todo el mundo!

**Jordi Baiget i Cantons**

Conseller d'Empresa i Coneixement.

*The last years have been years of repositioning of the fashion textile sector in Catalonia on the international scene. This 20th edition of 080 Barcelona Fashion comes just at a time when the sector is growing the turnover, increasing exports and there is a greater recognition of the sector, both in our home and abroad. This edition, which coincides with the 10º anniversary of the catwalk, is an edition of record numbers: 37 programmed catwalks and more than 80 participants in the 080 Fashion Showroom, an initiative with Modacc, which will lead to more than 300 work meetings and 69 brands in the catwalks. The trust in 080 has also spread among sponsors, never before they had trusted this much.*

*During these ten years of 080, a very good work has been done by everybody, that's why today we can talk about living a good moment in the sector. Barcelona and Catalonia have always been leaders in design and creation, and today, they are also recognized as reference points in the world of fashion. I'm convinced that 080 Barcelona has contributed to this leadership.*

*The 080 Barcelona Fashion is an opportunity to project to the world the strength of the fashion sector, a sector that combines tradition and modernity with the most consolidated Catalan brands and firms, to which the creativity and talent of the emerging values. This work logic demonstrates the best values of the Catalan society.*

*The Government of Catalonia is convinced to continue giving impetus and promotion tools in this sector. If we are in this point, with this growing recognition, it is thanks also to each and every one of the designers and brands who in all the editions have exceeded their creative proposals, and who have understood that their market is the world.*

*From those who are studying in different schools, such as those that already have a professional career, such as those that your companies have an international recognition, be welcomed in this anniversary edition. I want to make a mention to the specialized media and to recognize to the diffusion that is made by you of our creators. For all this work, thank you very much to everyone.*

*I hope this edition to be good for everyone!*

**Jordi Baiget i Cantons**

Conseller d'Empresa i Coneixement

f YouTube i  
@redkenspain  
www.redken.es

Suki Waterhouse  
para Redken 5th Avenue

# NUEVO **DIAMOND OIL GLOW DRY** CABELLO MÁS BRILLANTE SECADO MÁS RÁPIDO

1. **Exfoliante Oil Gloss Scrub** con escamas de argán para pulir el cabello y liberarlo de las impurezas.
2. **Champú y acondicionador Glow Dry** para aumentar su brillo y estimular la regeneración de la fibra para un mejor alisamiento.
3. **Diamond Oil Glow Dry** aceite termo-activo que reduce el tiempo de secado a la vez que protege de las herramientas térmicas.



# REDKEN

5TH AVENUE NYC

# 080

## BARCELONA FASHION

La 080 Barcelona Fashion és l'única passarel·la del món que, edició rere edició, fa un recorregut per Barcelona i cerca indrets excepcionals de la ciutat per mostrar les magnífiques propostes de moda que s'hi presenten. Durant aquestes vint edicions, 12 espais diferents, emblemàtics i històrics de la ciutat han acollit la setmana de la moda de Catalunya. En aquesta edició ens acull el Recinte Modernista de l'Hospital de Sant Pau, un espai senzillament excepcional. En aquest marc, la 080 Barcelona Fashion actua com a punta de llança del sector del tèxtil i de la moda de casa nostra. Un sector cada dia més internacionalitzat, més potent, més reconegut i més valorat al món. És molt plaent veure com la simbiosi entre els dissenyadors que estan iniciant el seu camí, els que ja tenen una densa i llarga trajectòria, i les indústries que han cregut que l'aportació del disseny era un valor afegit per a ells troba en la 080 Barcelona Fashion aquell punt de trobada sectorial del qual sempre he parlat. Moltes felicitats a tots i cada un d'ells pel seu esforç i per la seva dedicació. Gràcies a aquesta tasca ininterrompuda de tots, avui podem gaudir d'aquesta 080 Barcelona Fashion. Trenta set desfilades és tot un rècord. Un cop més, també es portaran a terme el 080 Inverstor Day, el Texmeeting by Texfor i el 080 Barcelona Fashion Showroom, acció que portem a terme gràcies a la col·laboració amb MODACC. També comptarem amb el 080 Fashion Market, on 20 pop-ups mostraran i vendran al públic les seves creacions. En aquesta edició, tenim el plaer de rebre com a convidada d'excepció Margherita Missoni, la tercera generació de la família Missoni, tota una institució del món de la moda a Itàlia. Inaugurem, també en aquesta edició, l'espai que hem anomenat 080 Barcelona Fashion Night. Les nits acolliran, tant a la passarel·la com als jardins de l'Hospital, convidats excepcionals, com Macson, Rafa Amargo, Custo Barcelona i Sweet Matitos. Espero que la vostra visita compleixi les expectatives i, en nom meu i del meu equip, us dono la més sincera benvinguda.

Cordialment,

Miquel Rodríguez  
Director del 080 Barcelona Fashion  
Gerent del Consorci de Comerç  
Artesania i Moda de Catalunya

La 080 Barcelona Fashion, es la única pasarela en el mundo que, edición tras edición, realiza un recorrido por la ciudad de Barcelona y busca lugares excepcionales de la ciudad para mostrar las magníficas propuestas de moda que se presenten en cada edición. Durante estas veinte ediciones 12 espacios diferentes, emblemáticos e históricos de la ciudad han acogido la semana de la moda de Cataluña. En esta edición nos acoge el Recinto Modernista del Hospital de Sant Pau, un espacio sencillamente excepcional. En este marco, la 080 Barcelona Fashion, actúa como punta de lanza de nuestro sector del textil moda. Un sector cada día más internacionalizado, más potente, más reconocido y más valorado en el mundo. Nos complace ver como la simbiosis entre diseñadores que están iniciando su camino, los que ya llevan una densa y larga trayectoria y las industrias que han creído que la aportación del diseño, era per ellas un valor añadido, encuentra en la 080 Barcelona Fashion, aquel punto de encuentro sectorial del que siempre he hablado. Muchas felicidades a todos y cada uno de ellos, por su esfuerzo y dedicación. Gracias a esta tarea ininterrompida de todos hoy podemos disfrutar de esta 080 Barcelona Fashion. Treinta y siete desfiles es todo un record. Una vez más, también se llevarán a término el 080 Inverstor Day, el Texmeeting by Texfor y el 080 Barcelona Fashion Showroom, acción que llevamos a término gracias a la colaboración con MODACC. También contaremos con el 080 Fashion Market, en el que 20 pop-ups mostrarán y venderán al público sus creaciones. En esta edición, tenemos el placer de recibir como invitada de excepción a Marguerita Missoni, la tercera generación de la familia Missoni, toda una institución del mundo de la moda en Italia. Inauguramos, también en esta edición, el espacio que hemos llamado 080 Barcelona Fashion Night. Las noches acogerán, tanto en la pasarela como en los jardines del Hospital, invitados excepcionales como Macson, Rafa Amargo, Custo Barcelona y Sweet Matitos. Espero que su visita, cumpla las expectativas y, en nombre de mi equipo y del mío propio, les doy la más sincera bienvenida.

Cordialmente,

Miquel Rodríguez  
Director del 080 Barcelona Fashion  
Gerente del Consorcio de Comercio,  
Artesanía y Moda de Cataluña

*080 Barcelona Fashion, is the only fashion show in the world which is itinerant in its home city, Barcelona, choosing a different emblematic spot in which to showcase its magnificent fashion proposals to visitors at each edition of 080 Barcelona Fashion. In its 20 editions, 12 different historical and emblematic spaces within the city have been chosen to host the Catalan fashion week. This year's summer edition will be held in a simply exceptional space, the Sant Pau Hospital Art Nouveau Site. In this context, 080 Barcelona Fashion acts as a spearhead for the fashion textile sector here at home. A sector which is becoming increasingly internationalized, more powerful, more recognized and valued around the world. It is very pleasing to see the symbiosis between designers who are starting out, those who already have extensive experience and the industries who believe that design contributes added value to them, and how they have all found in 080 Barcelona Fashion that meeting point for the sector which I have always spoken about. Congratulations to each and every one of them for their ongoing effort and dedication. Thanks to this uninterrupted work, we can all now enjoy 080 Barcelona Fashion. Thirty seven fashion parades this edition: all of a record. Again we will also see the 080 Investors Day, the Texmeeting by TEXFOR and the 080 Fashion Showroom. Events we bring to you in collaboration with Modacc. The 080 Fashion Market, where 20 pop-up stores will show and sell their creations. This year we have the pleasure of receiving Marguerita Missoni as our guest of honor. She is a member of the third generation of the Missoni family, an institution in the world of fashion in Italy. We will inaugurate a new space at this edition, one we have called the 080 Barcelona Fashion Night. The nights will be held in the runway area as well as in the Hospital gardens and feature special guests: Macson, Rafa Amargo, Custo Barcelona and Sweet Matitos this edition. I hope your visit will meet your expectations and on behalf of my team and myself, I wish you all the warmest welcome.*

Cordially

Miquel Rodríguez  
Director del 080 Barcelona Fashion  
COO Consortium of Trade, Crafts and  
Fashion of Catalonia

LAS OBRAS MAESTRAS  
NO NACEN DE LA  
ZONA DE CONFORT



\*Royal Bliss es una marca registrada de The Coca-Cola Company.

  
ROYAL  
BLISS®

COMPLICARSE LA VIDA  
ES MARAVILLOSO

UNA NUEVA GAMA DE MIXERS CON MÁS DE  
CUARENTA MATICES Y SABORES COMPLEJOS

## 12 Programa ■ Program

12 Desfilades / Desfiles / Fashion shows

13 Activitats / Actividades / Activities

## 15 Recinte Modernista de Sant Pau

## 18 o8o Barcelona Fashion Investor Day

## 22 Master Class: The Missoni family

## 30 Escoles de disseny ■ Escuelas de diseño ■ Design schools

## 40 Open Area

40 Neo2 Photo Shoot Contest

45 o8o TV Channel

42 o8o Exposition: Fòrum tendències

46 o8o Fashion Market (Pop-up stores)

44 Tesines escoles de disseny de moda

## 56 Texmeeting by Texfor

## 58 Dissenyadors ■ Diseñadores ■ Designers

58 Amoramargo

67 Elena Estaun

76 Mietis

59 amt.

68 Gema Sach

77 Miquel Suay

60 Antonio Miro

69 Guillermina Baeza

78 Miriam Ponsa

61 Aubergin

70 Jnorig

79 Oscar Leon

62 Brain&Beast

71 Krizia Robustella

80 Pablo Erroz

63 Colmillo de morsa

72 Lebor Gabala

81 Pilar del Campo

64 Como pez en el agua

73 Little Creative Factory

82 Sweet Matitos

65 Custo Barcelona

74 Loa by Lidia Aguilera

83 Txell Miras

66 Daniel Rosa

75 Maria Roch

## 84 Marques ■ Marcas ■ Brands

84 BCN Brand

88 Lola Casademunt

92 Red Point

85 Boboli

89 Macson

93 Torras

86 ES Collection

90 Naulover

94 Wom&Now

87 Escorpion

91 Punto Blanco

## 96 MODACC: o8o Barcelona Fashion Showroom

**Programa • Program****26 / 06 / 2017**

|               |                                                             |               |              |
|---------------|-------------------------------------------------------------|---------------|--------------|
| <b>11h</b>    | Little Creative Factory                                     | <b>16h</b>    | Miquel Suay  |
| <b>12:30h</b> | Boboli                                                      | <b>17:30h</b> | Oscarleon    |
| <b>13:30h</b> | Inauguració 20 <sup>a</sup> edició<br>o8o Barcelona Fashion | <b>19h</b>    | Antonio Miro |
| <b>14h</b>    | Daniel Rosa<br>Krizia Robustella                            | <b>20:30h</b> | Macson       |

**27 / 06 / 2017**

|               |                                   |               |              |
|---------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| <b>11h</b>    | Loa by Lúdia Aguilera<br>Naulover | <b>16h</b>    | Lebor Gabala |
| <b>12:30h</b> | Jnorig<br>Pablo Erroz             | <b>17:30h</b> | Txell Miras  |
| <b>14h</b>    | Guillermina Baeza                 | <b>19h</b>    | Miriam Ponsa |
|               |                                   | <b>21h</b>    | Amoramargo   |

**28 / 06 / 2017**

|               |                             |               |                                         |
|---------------|-----------------------------|---------------|-----------------------------------------|
| <b>11h</b>    | Aubergin<br>Pilar del Campo | <b>17:30h</b> | Gema Sach                               |
| <b>12:30h</b> | Colmillo de morsa           | <b>19h</b>    | Brain&Beast                             |
| <b>14h</b>    | Escorpion                   | <b>20:30h</b> | Custo Barcelona (*)                     |
| <b>16h</b>    | Maria Roch                  |               | <i>*Cal tenir invitació de la marca</i> |

**29 / 06 / 2017**

|               |                                |               |               |
|---------------|--------------------------------|---------------|---------------|
| <b>11h</b>    | amt.<br>Como un pez en el agua | <b>16h</b>    | Wom&Now       |
| <b>12:30h</b> | Punto Blanco                   | <b>17:30h</b> | Torras        |
| <b>14h</b>    | Elena Estaun                   | <b>19h</b>    | Naulover      |
|               |                                | <b>20:30h</b> | Sweet Matitos |

**30 / 06 / 2017**

|               |                            |            |                                                                                     |
|---------------|----------------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>11h</b>    | Red Point                  | <b>14h</b> | Cerimònia de cloenda<br>(Lliurament de premis<br>de la Generalitat de<br>Catalunya) |
| <b>12:30h</b> | BCN Brand<br>ES Collection |            |                                                                                     |
|               |                            | <b>14h</b> | Lola Casademunt                                                                     |

## Barcelona Fashion Investor Day

Lloc / Lugar / Place: Auditori Francesc Cambó

**28 / 06 / 2017**

16h – 19.30h

## Master Class: The Missoni family

Lloc / Lugar / Place: Auditori de Francesc Cambó

**28 / 06 / 2017**

13h

## Neo2 Photo Shoot Contest

Lloc / Lugar / Place: Open Area

**26 / 06 / 2017**

10h – 19h

**27 / 06 / 2017 – 29 / 06 / 2017**

9h – 14h i de 15h a 20h

**30 / 06 / 2017**

9h – 14h

## o8o Fashion Market (Pop-up stores)

Lloc / Lugar / Place: Open Area

**26 / 06 / 2017 – 29 / 06 / 2017**

10:30h – 21:30h

**30 / 06 / 2017**

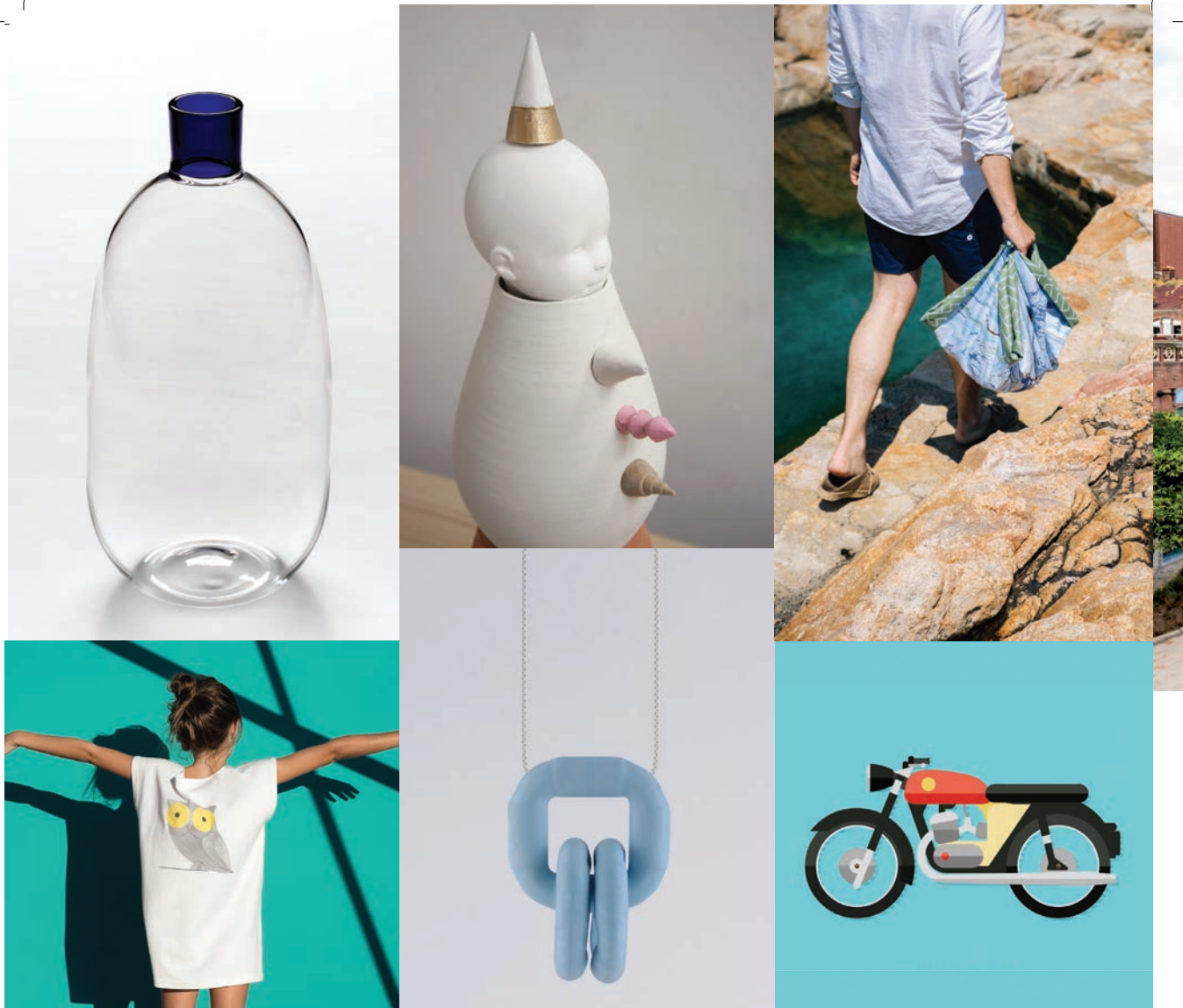
10:30h – 16h

## o8o Barcelona Fashion Showroom

Lloc / Lugar / Place: Pavelló Puríssima

**28 i 29 / 06 / 2017**

10h – 19h



## BARCELONA DESIGNERS COLLECTIVE BY LA ROCA VILLAGE CURATED BY FAD

Un projecte que descobreix, recolza i impulsa el talent emergent de l'art, l'artesanía, el disseny i la moda.

Visita la nova boutique temporal a La Roca Village fins al 30 d'agost

[#BarcelonaDesignersCollective](#)

OBERT TOTS ELS DIES DE 10H A 22H

QUELCOM  
EXTRAORDINARI  
CADA DIA

  
**LA ROCA  
VILLAGE**

  
Foment de les Arts i del Disseny  
Fomento de las Artes y del Diseño  
Fostering Arts and Design



## Recinte Modernista de Sant Pau

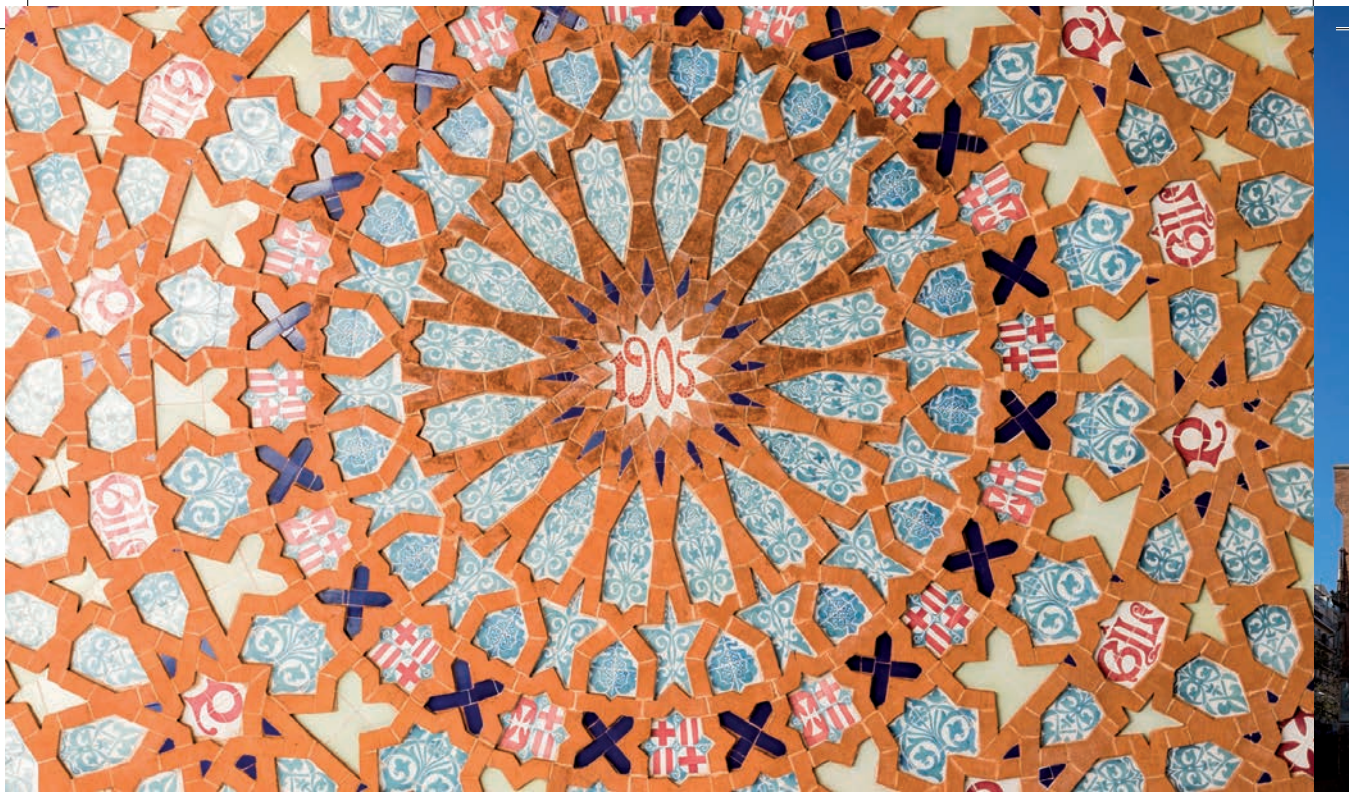
El Recinte Modernista de Sant Pau, obra del genial arquitecte català Lluís Domènech i Montaner, va ser construït entre el 1905 i el 1930. Es tracta del conjunt modernista més important d'Europa, declarat Patrimoni Mundial per la UNESCO el 1997 per la seva singularitat constructiva i bellesa artística.

Aquesta autèntica ciutat dins la ciutat va ser concebuda com un conjunt arquitectònic tancat i ordenat que, seguint les pautes dels corrents higienistes, està format per edificacions disperses, de poca alçada, ben orientades i envoltades de zones amb jardí. Durant quasi 80 anys va ser la seu de l'Hospital de la Santa Creu i Sant Pau, una institució que té els seus orígens al 1401 a l'Hospital de la Santa Creu, ubicat al barri del Raval de Barcelona en un dels edificis del gòtic civil més importants, avui seu de la Biblioteca Nacional de Catalunya. El govern de l'Hospital, conegut com a Molt Il·lustre Administració i format per representants de la Generalitat de Catalunya, l'Ajuntament de Barcelona i el Capítol Catedralici de Barcelona, és amb els seus més de 600 anys d'història una de les institucions més antigues del país amb una continuïtat gairebé ininterrompuda al llarg del temps.

La trajectòria d'aquesta institució està directament lligada a l'ajuda a les persones amb pocs recursos, i la seva evolució és paral·lela a la dels grans desenvolupaments socials i de la medicina. Paral·lelament, el Recinte Modernista de Sant Pau és un patrimoni mundialment reconegut i té un dels arxius històrics més importants del país, a través del qual s'explica l'evolució de la societat barcelonina, el creixement de la ciutat i els avenços de la medicina.

Després d'acollir durant un segle les instal·lacions de l'Hospital de la Santa Creu i Sant Pau, el Recinte Modernista ha experimentat un dels processos de rehabilitació patrimonial més ambiciosos del moment, que ha posat en valor tota la seva riquesa artística. Aquest procés, realitzat sota estrictes criteris de sostenibilitat, ha dotat els pavellons construïts a principis del segle XX de les més avançades tecnologies per tal d'habilitar espais de treball preparats per al segle XXI.

Aquesta innovació arquitectònica té un paral·lisme amb els nous usos dels pavellons. El Recinte Modernista esdevé ara un campus de coneixement, recerca i innovació com a seu d'organismes de rellevància internacional, alguns d'ells directament vinculats a les Nacions Unides.



## Recinto Modernista de Sant Pau

El recinto Modernista de Sant Pau, obra del genial arquitecto catalán Lluís Domènech i Montaner, fue construido entre el 1905 y el 1930. Se trata del conjunto modernista más importante de Europa, declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO en el 1997 por su singularidad constructiva y belleza artística.

Esta auténtica ciudad dentro de la ciudad, fue concebida como un conjunto arquitectónico cerrado y ordenado que, siguiendo las pautas de las corrientes higienistas, está formado por edificaciones dispersas, de poca altura, bien orientadas y rodeadas de zonas con jardín. Durante casi 80 años fue la sede del Hospital de la Santa Creu y Sant Pau, una institución que tiene sus orígenes en el 1401 en el Hospital de la Santa Creu, ubicado en el barrio del Raval de Barcelona en uno de los edificios del gótico civil más importantes, hoy en día sede de la Biblioteca Nacional de Cataluña. El gobierno del Hospital, conocido como Muy Ilustre Administración y formado por representantes de la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Barcelona y el Capítulo Catedralicio de Barcelona, es con sus más de 600 años de historia una de las instituciones más antiguas del país con una continuidad prácticamente ininterrumpida a lo largo del tiempo.

La trayectoria de esta institución está directamente ligada a la ayuda de las personas con pocos recursos, su evolución es paralela a la de los grandes desarrollos sociales y de la medicina. Paralelamente, el Recinto Modernista de Sant Pau es un patrimonio mundialmente reconocido y tiene uno de los archivos históricos más importantes del país, a través del cual se explica la evolución de la sociedad barcelonesa, el crecimiento de la ciudad y los avances de la medicina.

Después de acoger durante un siglo las instalaciones del Hospital de la Santa Creu y Sant Pau, el Recinto Modernista ha experimentado uno de los procesos de rehabilitación patrimonial más ambiciosos del momento, que ha puesto en valor toda su riqueza artística. Este proceso, realizado bajo estrictos criterios de sostenibilidad, ha dotado los pabellones construidos a principios del siglo XX de las más avanzadas tecnologías con el fin de habilitar espacios de trabajo preparados para el siglo XXI.

Esta innovación arquitectónica tiene un paralelismo con los nuevos usos de los pabellones. El Recinto Modernista se convierte ahora en un campus de conocimiento, investigación e innovación como sede de organismos de relevancia internacional, algunos de ellos directamente vinculados a las Naciones Unidas. La salud, la sostenibilidad y la educación son los tres ejes principales de trabajo de los organismos ubicados en el Recinto.



## The Sant Pau modernist complex

*The Sant Pau modernist complex, work of famous Catalan architect Lluís Domènech i Montaner, built between 1905 and 1930, is the largest modernista complex in Europe and was declared a World Heritage site by UNESCO in 1997 for its constructional singularity and artistic beauty.*

*This veritable city within a city, was conceived as a closed architectural group of constructions organized following the latest thinking on sanitation and hygiene and consists of a scattered series of well oriented, low-rise pavilions surrounded by gardens. For almost 80 years it was the seat of the Santa Creu and Sant Pau hospital, an institution that has its origins in 1401 in the Hospital of the Holy Cross, located in the Raval district of Barcelona in one of the*

*largest civic buildings of the Gothic era, which today houses the National Library of Catalonia. The governing body of the Hospital, known as the Most Illustrious Directors, comprised representatives of the Government of Catalonia, the Barcelona City Council and the Cathedral Chapter of Barcelona, is with its over 600 year history, one of the oldest institutions in the country with an almost unbroken continuity in time.*

*The trajectory of this institution is inextricably linked to assisting people with limited resources, and its evolution parallels the major social developments and those in medicine of the time. At the same time, the Sant Pau modernista complex, a world renowned heritage site, houses one of the most important historical archives in the country detailing the social evolution of Barcelona, the growth of the city and advances in medicine.*

*After over a century of being the seat of the Santa Creu and Sant Pau hospital, the Modernist site has undergone one of the most ambitious processes of patrimonial rehabilitation to date, revealing all its artistic wealth. This process, conducted under strict sustainability criteria, has retrofitted the pavilions, built in the early twentieth century, with the most advanced technologies to provide workspaces befitting the twenty-first century.*

*These architectural innovations have parallels in the new uses of the pavilions. The venue has now become a Modernist knowledge, research and innovation campus where major international organizations, some directly linked to the United Nations, have their seat. Health, sustainability and education are the three main areas of investigation being conducted by the organizations located in the enclosure.*

## 080 Barcelona Fashion Investor Day

Lloc / Lugar / Place: Auditori Francesc Cambó

28 / 06 / 2017 - de 16h a 19.30h



Seed&Click i la 080 Barcelona Fashion tenen l'orgull de presentar la tercera edició del 080 Investor Day.

Aquest any, el 080 Investor Day no només pretén generar sinergies i *networking* entre les *startups* de moda i els inversors de renom internacional en el seu fòrum d'inversió, sinó també donar visibilitat a talents emergents de Catalunya que han creat les seves pròpies marques de moda i volen connectar amb potencials inversors i empreses de moda ja consolidades.

El 080 Investor Day tindrà lloc el 28 de juny, a les 16 h, al Recinte Modernista de Sant Pau, amb ponents internacionals i el destacat Fòrum Internacional d'Inversions centrat en *startups* de moda i marques emergents.

D'aquesta manera, la 080 Barcelona Fashion passa a ser la plataforma perfecta perquè les *startups* més destacades i els dissenyadors brillin com a futurs referents del sector i, en definitiva, un lloc on els grans protagonistes i inversors de la moda puguin descobrir talents, innovació i oportunitats d'inversió.

Un selecte jurat internacional triarà, no només la millor *startup* de moda, sinó també la millor marca emergent, i atorgarà un premi valorat en 100.000 €, gràcies als nostres col·laboradors: McCann, Baker McKenzie, Grupo Zeta, 4YFN, KPMG Impulsa i ESADE Creapolis.

Tot l'esdeveniment es desenvoluparà en anglès per facilitar la participació i la comprensió del públic internacional, per ser, així, coherent amb el propòsit de posicionar Barcelona com un node innovador i emprenedor, també en el sector de la moda.

Seed&Click y el 080 Barcelona Fashion se enorgullecen de presentar la tercera edición del 080 Investor Day.

Este año, el 080 Investor Day no solo pretende generar sinergias y *networking* entre las *startups* del mundo de la moda e inversores de renombre internacional en su foro de inversión, sino también dar visibilidad a talentos emergentes de Cataluña que han creado sus propias marcas de moda y quieren conectar con potenciales inversores y empresas de moda ya consolidadas.

El 080 Investor Day tendrá lugar el 28 de junio a las 16:00, en el Recinto Modernista de Sant Pau, con ponentes internacionales y el destacado Foro Internacional de Inversiones centrado en *startups* del sector de la moda y marcas emergentes.

De esta manera, el 080 Barcelona Fashion pasa a ser la plataforma perfecta para que los más destacadas *startups* y diseñadores brillen como los futuros referentes del sector y, en definitiva, un lugar donde los grandes inversores y protagonistas del mundo de la moda puedan descubrir talentos, innovación y oportunidades de inversión.

Un selecto jurado internacional elegirá, no solo la mejor *startup* de moda, sino también la mejor marca emergente, obteniendo un premio valorado en 100.000€ gracias a nuestros colaboradores: McCann, Baker McKenzie; Grupo Zeta; 4YFN, KPMG Impulsa y ESADE Creapolis.

Todo el evento se desarrollará en inglés para facilitar la participación y comprensión del público internacional, siendo así coherente con el propósito de posicionar Barcelona como un innovador y emprendedor nodo también en el sector de la moda.

Seed&Click and 080 Barcelona Fashion are proud to present the 3rd edition of 080 Investor Day.

This year, 080 Investor Day not only aims to generate synergies and *networking* among fashion startups and internationally renowned investors on their investment forum but also to give visibility to emerging talents in Catalonia who have created their own fashion brands and want to connect with potential investors and established fashion companies.

080 Investor Day will take place on 28th June at 4pm, at the Sant Pau Art Nouveau Complex, and will include international speakers and the leading International Investment Forum focused on fashion startups and emerging brands.

This way, 080 Barcelona Fashion offers the perfect platform for forerunning startups and designers to shine as our next industry leaders and ultimately, a place where big fashion players and investors can discover talents and innovation and investment opportunities.

A top international jury will choose not only the best fashion startup but also the best emerging brand which will be awarded a prize valued at 100k thanks to our incredible partners: McCann, Baker McKenzie, Grupo Zeta, 4YFN, KPMG Impulsa and ESADE Creapolis.

The entire event will be hosted in English to facilitate the participation of an international public, in line with the purpose of positioning Barcelona as a hub of innovation and entrepreneurship in the fashion industry too.

## Ponents · Ponentes · Speakers

### MATTHEW DRINKWATER

Director de l'Agència d'Innovació en moda del London College of Fashion

### COREY MORAN

Director executiu de Comptes, Google

### MATTHEW DRINKWATER,

Director de la Fashion Innovation Agency del London College of Fashion

### COREY MORAN

Director ejecutivo de Cuentas, Google

### MATTHEW DRINKWATER

Head of Fashion Innovation Agency at London College of Fashion

### COREY MORAN

Account Executive Fashion, Google

## Jurat · Jurado · Jury

### DAVID DRAKE – GESTOR D'INVERSIONS A LDJ CAPITAL LUXURY & FASHION INVESTMENTS. AUTOR DE THE CROWDFUNDING ECONOMY

A través de la seva family office LDJ Capital, David Drake ha actuat com a inversor de GP & LP amb els seus socis de fons de fons, de fons immobiliaris, de capital risc i de fons de cobertura. Les inversions de Drake, actualment, compten amb més de 50 directors globals, que mantenen relacions amb institucions i empreses familiars amb 1,5 bilions en actius. En privat, David Drake ha estat amfitrió del Harvard Business Club a la seva casa de Nova York, ha produït concerts al Carnegie Hall i ha recaptat fons per a l'organització caritativa Best Buddies durant anys.

A través de su family office LDJ Capital, David Drake ha actuado como GP (General Partner) & LP (Limited Partner) Investors con sus socios de fondo de fondos, fondos de bienes raíces, fondos de capital riesgo y fondos de cobertura. Las inversiones de Drake, actualmente, cuentan con más de 50 directores globales, que mantienen relaciones con instituciones y empresas familiares con 1,5 billones en activos. En privado, el señor Drake ha sido anfitrión del Harvard Business Club en su casa de Nueva York, ha producido conciertos en el Carnegie Hall y ha recaudado fondos para la organización caritativa Best Buddies durante años.

*David Drake, through his family office LDJ Capital, has acted as GP & LP investors with his partners in fund-of-funds, realty funds, venture capital funds & hedge funds. Mr Drake's investments currently have 50+ global directors that maintain relations with institutions & family offices with \$1.5 trillion in assets. Privately, Mr. Drake has hosted the Harvard Business Club at his NY home, produced Carnegie Hall concerts, & raised funds for the charity Best Buddies for years.*

### JAN BRINCKMANN – PROFESSOR D'INICIATIVA EMPRESARIAL I ESTRATÈGIA A ESADE

Enfocat a la digitalització, en pràctiques del mètode de lean startup, màrqueting empresarial, creixement ràpid i internacionalització. Execució de programes per a emprenedors en iniciativa empresarial, mètodes de lean startup, lideratge corporatiu, digitalització, empreses de risc d'alt creixement, així com viatges d'immersió a llocs com Barcelona, Berlín i Londres.

Enfocado en la digitalización, en prácticas del método Lean Startup, marketing empresarial, crecimiento rápido e internacionalización. Ejecución de programas para emprendedores en iniciativa empresarial, métodos de Lean startup, liderazgo corporativo, digitalización, empresas de riesgo de alto crecimiento, así como viajes de inmersión en lugares como Barcelona, Berlín y Londres.

*Focus on digitalization, lean startup practices, entrepreneurial marketing, fast growth and internationalization. Running Executive Programs on Entrepreneurship, Lean Startup Methods, Corporate Entrepreneurship, Digitalization, High Growth Venturing as well as Immersion tours in locations including Barcelona, Berlin and London.*

### MATTHEW DRINKWATER – DIRECTOR DE L'AGÈNCIA D'INNOVACIÓ EN MODA DEL LONDON COLLEGE OF FASHION

Matthew treballa a l'encreuament de la moda, el retail i la tecnologia per dirigir l'Agència d'Innovació en Moda del LCF. Associa el talent més apassionant en disseny de Londres amb la tecnologia més avançada en moda per crear col·laboracions revolucionàries i consultories entre marques dels sectors de la moda, el retail, de l'estil de vida i de la indústria cultural i digital.

Matthew trabaja en la encrucijada de Moda, Minoristas y Tecnología para dirigir la Agencia de Innovación en Moda del LCF. Colaborando con los más apasionantes talentos en diseño de Londres, con la tecnología de moda más avanzada, para crear revolucionarias colaboraciones y consultorías entre las marcas de moda, minoristas, estilo de vida y la industria cultural y digital.

*Matthew works at the crossroads of Fashion, Retail and Tech to head up LCF's Fashion Innovation Agency. Partnering the most exciting designer talent in London with the very latest fashion-tech to create groundbreaking brand collaborations and consultancies across the fashion, retail, lifestyle, cultural and digital industries.*

Matthew va entregar la primera faldilla digital del món per a Nokia, roba recarregable sense cables per a Microsoft, un braç biònic en 3D per celebrar el llançament de Star Wars: el despertar de la força i el que Forbes va descriure com "el primer exemple de tecnologia portable realment bonica" per a Disney. El seu nom figura entre les 100 persones més influents del món en tecnologia de la moda, entre les "15 persones més importants en tecnologia al Regne Unit", segons la BBC3, i com a "precursor en tecnologia de moda que ha canviat el curs del retail", segons Drapers.

Matthew entregó la primera falda digital para Nokia, ropa de recarga inalámbrica para Microsoft, un brazo biónico en 3D para celebrar el lanzamiento de Star Wars: El Despertar de la Fuerza y lo que Forbes describió como "el primer ejemplo de tecnología llevable realmente bello" para Disney. Su nombre figura entre los 100 más influyentes del mundo en Tecnología de Moda, entre las 15 personas más importantes en tecnología en el Reino Unido según la BBC3 y como precursor en tecnología de moda cambiando el curso del minoristas según Drapers.

*Matthew delivered the world's first digital skirt for Nokia, wireless charging clothing for Microsoft, a 3D-printed bionic arm to help celebrate the launch of Star Wars: The Force Awakens and what Forbes described as 'the first example of truly beautiful wearable tech' for Disney. He was named in the 100 most influential in the world of Wearable Technology, amongst the 'Top 15 people in UK tech' by BBC3 and as a 'fashion-tech trailblazer changing the course of retail' by Drapers.*

## ENRIC JOVÉ – CEO DE MCCANN BARCELONA I CIO DE MCCANN SPAIN A MCCANN WORLDGROUP

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

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

*Enric Jové is current CEO of McCann WG Barcelona of McCann WG Spain. He has run communications campaigns for brands like Nespresso, Nike, Desigual, Inditex, Puig, Nescafé, la Caixa, Buitoni, Maggi, Barclays and Barcelona FC.*

## MANUEL MORENO – RESPONSABLE DE MEDIA FOR EQUITY A GRUPO ZETA

Es duu a terme inversions media for equity, com en els casos de Wallapop i de Macarena Poletti, de BBooster. Format a la IE Business School, OBS Business School i a ESDEN, entre altres, és mentor a Founder Institute i ESADE BAN, apart de ser professor al màster de "Noves tecnologies" de la Fundació Universitat Jaume I.

Realizan inversiones media for equity como en los casos de Wallapop y Macarena Poletti de BBooster. Con formación en la IE Business School, OBS Business School y en ESDEN, entre otras, es mentor en Founder Institute y ESADE BAN, aparte de ser profesor del máster de "Nuevas Tecnologías" en la Fundación Universidad Jaime I

*They conduct media for equity investments, like in the cases of Wallapop and Macarena Poletti from BBooster. Having studied at Business School, OBS Business School and ESDEN, among others, he is mentor at Founder Institute and ESADE BAN, apart from being professor at the "New Technologies" master of the Jaume I University Foundation.*

## JAVIER BLÁZQUEZ – SOCI SÈNIOR A BAKER MCKENZIE

Periodista de dilatada trajectòria És soci sènior del Departament Fiscal de la firma. Té experiència en el camp de l'assessorament fiscal, tant en impostos directes com indirectes. Blázquez ha participat en operacions d'assessorament a clients espanyols amb interessos a l'estranger i a no residents amb inversions a Espanya, i ha assegurat l'optimització de beneficis fiscals en transaccions nacionals i transnacionals, en fusions i en adquisicions. A la seva llista de clients figuren diferents empreses 2.0 i empresaris de tot el món.

Es Socio Senior del Departamento fiscal de la firma. Tiene experiencia en el campo del asesoramiento fiscal, tanto en impuestos directos como indirectos. Blázquez ha participado en operaciones de asesoramiento a clientes españoles con intereses en el extranjero y a no residentes con inversiones en España, asegurando la optimización de beneficios fiscales en transacciones nacionales y transnacionales, fusiones y adquisiciones. En su lista de clientes figuran varias empresas 2.0 y empresarios de todo el mundo.

*He is a senior associate member of the Firm's Tax Practice Group. He has experience in the field of international tax advising, for both direct and indirect taxes. Mr. Blázquez has taken part in transactions advising Spanish clients with business interests abroad and non-residents with investments in Spain, ensuring optimization of tax benefits in national and transnational deals, mergers and acquisitions. His clients include several 2.0 companies and worldwide entrepreneurs.*

## KARINA RIERA – MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION – 4YFN

Més de 20 anys d'experiència en llocs d'alta direcció en empreses del sector tecnològic li van donar l'energia necessària per crear la seva pròpia empresa i per invertir amb altres emprenedors en projectes de moda. "Disseny, producció, internacionalització, inversió estrangera i canals de venda són algunes de les batalles de les noves marques de moda".

Actualment, treballa a Mobile World Capital, a l'equip del 4YFN, en el desenvolupament de nous negocis, i el seu objectiu és apropar el món startup a les grans corporacions perquè junts puguin descobrir noves formes de connexió, ajudant-se els uns als altres, a partir de l'aportació en innovació que les startups ofereixen a les empreses.

Más de 20 años de experiencia en puestos de alta dirección en empresas del sector tecnológico le dieron la energía necesaria para crear su propia empresa e invertir con otros emprendedores en proyectos de moda. "Diseño, producción, internacionalización, inversión extranjera, canales de venta, son algunas de las batallas de las nuevas marcas de moda".

Actualmente trabaja en el Mobile World Capital, en el equipo del 4YFN en desarrollo de nuevos negocios y cuyo objetivo es acercar el mundo startup a las grandes corporaciones para que juntos puedan descubrir nuevas formas de conexión, ayudándose unos a otros, a partir de la aportación a la innovación que ofrecen las startups a las empresas.

*More than 20 years of experience in Corporations of the technological sector in positions of senior management gave him the necessary energy to create his own company and to invest, with other entrepreneurs, in fashion projects. "Design, production, internationalization, foreign investment, sales channels, are some of the battles of the new fashion brands."*

*Currently working in the Mobile World Capital, within the 4YFN team in new business development whose objective is to bring the startup world to large corporations so that together they can discover new forms of connection, helping each other, from the contribution to innovation that startups offer corporations.*

## LUIS LARA – SENIOR ADVISOR - KPMG FASHION

Luis Lara té una experiència de més de 20 anys en el sector de la moda, en el qual ha desenvolupat diferents responsabilitats executives. Des del 2009, ha ajudat diferents empreses de retail i de moda en el desenvolupament internacional. L'any 2000 va entrar a formar part de la direcció internacional d'Inditex, i va participar en el desenvolupament de Zara i de la resta de conceptes del grup en diversos països d'Europa, i com a responsable de l'expansió de franquícies a l'Orient, a l'Amèrica Llatina i a l'Àsia.

Luis Lara tiene una experiencia de más de 20 años en el sector de la moda, desempeñando diferentes responsabilidades ejecutivas. Desde 2009, ha ayudado a diferentes empresas de minoristas y moda en el desarrollo internacional. En 2000 entró a formar parte de la dirección internacional de Inditex, participando en el desarrollo de Zara y del resto de conceptos del grupo en varios países de Europa, y como responsable de la expansión de franquicias en Oriente, Latinoamérica y Asia.

*Luis Lara has more than 20 years of experience in the fashion industry, holding various executive positions. Since 2009, he has assisted a variety of retail and fashion companies to develop internationally. In 2000 he joined the international management team at Inditex, participating in the development of Zara and other of the group's concepts in several European countries, and as head of the expansion of franchises in the East, Latin America and in Asia.*

# Master Class: The Missoni family. Born into fashion

Lloc / Lugar / Place: Auditori de Francesc Cambó

28 / 06 / 2017 - 13h



Des que va néixer, Margherita Maccapani Missoni ha crescut envoltada de moda. Filla gran d'Angela, directora creativa d'una de les cases més respectades de la moda italiana en internacional, i la néta dels fundadors Ottavio i Rosita, la seva vida s'ha vist influïda pels grans noms de la creativitat i l'estil. Avui Margherita s'ha convertit en una protagonista per mèrit propi al món de la moda, amb la seva pròpia firma, Margherita Kids.

Lisa Lovatt-Smith va ser la directora de moda més jove de la història de Vogue. La seva interessant i atrafegada vida la va acabar conduint a Ghana on va crear OAfrica, una ONG dedicada a l'ajuda a la infància més desfavorida. Amiga de la família Missoni i molt propera a Angela, directora creativa de la firma i mare de Margherita, a la qual coneix des que era una nena, va fer que aquesta jove visqués en la seva pròpia pell el quefer de la seva organització, passant llargues temporades cooperant. Avui, Margherita és l'ambaixadora de OAfrica a Itàlia.

Margherita acudeix a *080 Barcelona Fashion* en representació de la seva mare Angela per recollir el *Fashion Tribute* que aquest certamen ofereix cada any a noms clau d'aquesta indústria. *The Missoni family. Born into fashion* serà un *tête à tête* públic, un xerrada íntima on ella i la Lisa recorreran les seves trajectòries vitals en un diàleg de dues amigues que comparteixen l'amor per la vida, els nens, la creació i la bellesa.

## ANGELA MISSONI

Angela, la tercera filla de Tai i Rosita, va començar a ajudar la seva mare als 18 anys en la concepció i en la creació de les col·leccions per a la dona. Això li va donar l'oportunitat de revelar i d'expressar el seu gust innat per la moda i de projectar la seva pròpia visió del disseny de moda.

L'experiència en primera persona va ser una manera valuosa d'aprendre tots els passos del procés, des dels primers esbossos fins a la venda de les peces. Es va encarregar del desenvolupament de la imatge d'algunes llicències clau, i també de la línia d'accessoris i de roba infantil. Al mateix temps, va explorar els seus propis interessos i habilitats d'una forma molt personal.

Després, Angela es va prendre un llarg descans dels negocis. En aquest període, des de principis dels vuitanta fins a mitjans de la mateixa dècada, es va casar amb Marc Maccapani, productor i director de desfilades de moda i d'altres esdeveniments, i va ser mare de tres fills: Margherita (1983), Francesco (1985) i Teresa (1988). Quan va tornar a la companyia, Angela va començar a dissenyar una col·lecció amb el seu nom, al mateix temps que treballava amb Rosita, dedicant molta atenció a la línia principal. Tot això va portar a una renovació progressiva de la visió de Missoni per a la moda de dona.

Avui, Angela és copropietària de Missoni S.p.A, juntament amb el seu germà Luca. Més enllà del seu paper com a directora creativa de la col·lecció per a la dona i de la imatge des de 1996, assumeix tota la responsabilitat sobre l'estil de la firma, també de les col·leccions per a l'home.

Angela també està compromesa a insuflar energia nova a la firma familiar. Va demostrar ser una peça clau en la renovació del concepte de les botigues i en les campanyes publicitàries —signades per importants fotògrafs a escala mundial, com Mert Alas & Marcus Piggott, Juergen Teller, Steven Meisel i Mario Testino—, amb una inclinació més contemporània. En pocs anys, Missoni ha adquirit una identitat nova i fresca.

Pel que fa a les desfilades de Missoni, tornen a ser una ocasió important per deixar la seva empremta en la comunicació de tendències i d'idees en l'àmbit internacional.

Si Angela no s'hagués enamorat de la moda, probablement hauria estudiat disseny d'interiors. Gaudeix molt reddecorant casa seva, seleccionant diferents elements, expressant clarament els seus desitjos. En els seus espais, selecciona i combina objectes de tot tipus, col·lecciona peces d'art contemporani, tria mobles i altres objectes de disseny modern.

“La mandra despreocupada no és per a mi”, va afirmar en una entrevista. “Sempre necessito estar fent alguna cosa, en particular amb les meves pròpies mans, canviant, movent alguna cosa, reorganitzant, millorant...”. I si aquesta és la seva actitud en l'àmbit domèstic, també l'aplica, per descomptat, en la seva pràctica professional.

#### MARGHERITA MACCAPANI MISSONI AMOS

Nascuda al nord d'Itàlia el 22 de febrer de 1983, Margherita Maccapani Missoni Amos és la filla gran d'Angela Missoni, directora creativa de la coneguda marca Missoni, i la néta dels fundadors Ottavio i Rosita Missoni. Margherita va créixer al camp, a l'idíl·lic Sumirago, en una família de dissenyadors, i va desenvolupar una sensibilitat única per al seu estil personal des que era petita. Com les dones de la seva família, ella també somiava ser dissenyadora.

Després d'estudiar filosofia a la Universitat Estatal de Milà i, després, a la Universitat de Columbia, Margherita va decidir iniciar el grau en art dramàtic a la seva nova llar, Nova York. Va assistir a la cèlebre escola de Stella Alder i al Lee Strasberg Theater Institute, i també es va formar al Black Nexus amb Susan Batson. Després dels seus estudis a Nova York, es va traslladar a París i després a Roma, per continuar la seva carrera d'interpretació.

Durant aquest temps, Margherita també va actuar com a ambaixadora de la marca Missoni, i va assistir a esdeveniments i a sessions fotogràfiques de dissenys icònics de la marca. Tot això li va donar experiència i va ser una eina valuosa per al seu creixement personal i per al seu rendiment professional, i Margherita va començar a aplicar la seva mirada, fruit de l'experiència, a diversos projectes creatius per a Missoni.

El 2006, Margherita va treballar amb Estée Lauder per llançar la fragància de Missoni, inspirada en les tres generacions: Rosita, Angela i Margherita, ella mateixa. Va ser també la cara visible de la campanya de la fragància, i va ser fotografiada per Mert & Marcus. Després del debut exitós, va tornar a ser fotografiada per a una altra campanya de la nova fragància de Missoni, “Aqua”, un perfum que va desenvolupar amb els mestres perfumistes d'Estée Lauder i que va ser llançat el 2007.

Margherita es va convertir en una icona en el món de la moda, en un sinònim d'elegància contemporània. Va participar en diferents publicacions de tot el món, incloses Elle, Vogue, Vanity Fair i W. També ha estat fotografiada pels fotògrafs més famosos del món, com Mario Testino, Gilles Bensimon, Mert & Marcus, Jurgen Teller, Patrick Demarchelier, Steven Meisel i Bruce Weber.

Més tard va tornar a Sumirago i va començar a encarregar-se de projectes importants en l'empresa familiar, com la col·laboració “Missoni for Target”. El seu estil de vida, el seu gust i el seu sentit natural del glamur es van convertir en una inspiració per a molts, i el 2009 es va unir a l'equip creatiu de Missoni i va ser ràpidament nomenada dissenyadora d'accessoris, de moda de bany i de la línia Missoni Girls.

Margherita va conèixer llavors el seu marit, Eugenio, corredor de curses de cotxes, i aviat van formar una família. Després del naixement dels seus dos fills, va posar tot el seu sentit innat de l'estil, el seu esperit emprenedor i la seva experiència personal com a mare en la seva col·lecció original de moda infantil, “Magherita”, que es va llançar el març del 2015.

Amb el llançament de “Margherita”, la dissenyadora va crear una col·lecció ready-to-wear, amb encant i a preus assequibles, per a nenes de 0 a 7 anys. La línia barreja colors vius, textures i tot tipus d'estampats —una cosa que Margherita va perfeccionar durant els anys— amb la intenció que vestir els nens sigui fàcil i divertit, tant per a ells com per als pares.

Sempre amb el seu esperit emprenedor, Margherita ha prestat el seu coneixement sobre disseny i el seu instint únic a diferents col·laboracions i projectes emocionants. El 2016, va col·laborar amb Yoox per dissenyar la col·lecció càpsula de pijames “YooxxMargherita”, tres models de pijames mommy and me. També va col·laborar amb Starwood a “The Luxury Collection”, i hi actua com a global explorer per desenvolupar una motxilla per a

nens única, que es ven en els seus hotels de tot el món. Margherita va dissenyar també un fulard per a La Mer que es va presentar el Nadal del 2016 en punts de venda de la firma a tot el món. Més recentment, Margherita ha col·laborat amb Pottery Barn Kids per desenvolupar una càpsula exclusiva de mobles per a nens, la col·lecció “Margherita for Pottery Barn Kids”, que veurà la llum el 2017.

Per enfortir els seus llaços amb marques italianes icòniques, Margherita també és ambaixadora de Peroni. El 2015, va dissenyar un mocador per a home per a la marca i el 2016 va idear el concepte per a la Casa Peroni d'Anglaterra i per al seu esdeveniment de llançament a Londres.

Des de fa temps, Margherita també està molt compromesa amb la tasca humanitària d'OAfrica. Ha estat presidenta de l'organització durant tretze anys i ha promogut diferents col·laboracions amb marques com Yoxx, Target, Valextra i M Missoni per ajudar l'organització sense ànim de lucre.

## LISA LOVATT-SMITH

### OAfrica

Amb només 19 anys, Lisa Lovatt-Smith, barcelonina de pares anglesos, va aconseguir un impossible: fer-se un lloc com a editora gràfica de l'edició britànica de Vogue. De molt jove i essent ja íntima d'Anna Wintour, li va ser encarregada la tasca de donar forma a l'edició espanyola de la capçalera internacional, per acabar, més tard, de corresponsal a París. Fins que va conèixer la Sabrina, una petita de cinc anys, filla d'una família desestructurada.

La Lisa va decidir adoptar-la mentre seguia treballant a la revista. Quan la nena es va fer gran, la Lisa va emprendre un viatge amb ella a un orfenat de Ghana. Aquella escapada temporal va acabar convertint-se en la seva forma de vida. La Lisa va canviar la seva vida dedicada al món de la moda per tenir cura dels infants més vulnerables del país africà.

Actualment, Lovatt-Smith viu a Ghana tirant endavant OAfrica, una institució que acull anualment més de mig centenar de nens orfes i abandonats del país i que ja compta amb diverses oficines a Europa.

### Sobre OAfrica

OAfrica és una ONG que treballa a Ghana i que té la missió d'empoderar nens i joves adults, els drets dels quals han estat compromesos a causa de la institucionalització, la pobresa, la violència, el tràfic de menors, el virus de la sida, l'abús i la discriminació. Els ajudem a convertir-se en membres productius a les seves comunitats, mitjançant l'enfortiment de les famílies, i els reintegrem en ambients segurs, estables i amorosos.



Desde que nació, Margherita Maccapani Missoni ha crecido rodeada de moda. Hija mayor de Angela, directora creativa de una de las casas más respetadas de la moda italiana en internacional, y la nieta de los fundadores Ottagio y Rosita, su vida se ha visto influida por los grandes nombres de la creatividad y el estilo. Hoy Margherita se ha convertido en un protagonista por mérito propio en el mundo de la moda, con su firma Margherita Kids.

Lisa Lovatt-Smith fue la directora de moda más joven de la historia de Vogue. Su muy interesante y ajetreada vida la acabó conduciendo a Ghana donde creó OAfrica, una ONG dedicada a la ayuda a la infancia más desfavorecida. Amiga de la familia Missoni y muy cercana a Angela, directora creativa de la firma y madre de Margherita a la que conoce desde que era una niña, hizo que esta joven viviera en carne propia el quehacer de su organización pasando largas temporadas cooperando. Hoy Margherita es la embajadora de OAfrica en Italia.

Margherita acude a 080 Barcelona Fashion en representación de su madre Angela para recoger el Fashion Tribute que este certamen ofrece cada año a nombres clave de esta industria. La familia Missoni: nacer en la moda va a ser un tête à tête público, un charla íntima donde ella y Lisa van a recorrer sus trayectorias vitales en un diálogo de dos amigas que comparten el amor por la vida, los niños, la creación y la belleza.

## ANGELA MISSONI

Angela, la tercera hija de Tai y Rosita, empezó a ayudar a su madre a los 18 años en la concepción y creación de las colecciones de mujer. Esto le dio la oportunidad de revelar y expresar su innato gusto por la moda y proyectar su propia visión del diseño de moda.

La experiencia en primera persona fue una valiosa manera de aprender todos los pasos del proceso, desde los primeros bocetos hasta la venta de las prendas. Ella se encargó del desarrollo de la imagen de algunas licencias

claves, como también la línea de accesorios y ropa infantil. Al mismo tiempo, exploró sus propios intereses y habilidades de una forma muy personal.

Después Angela se tomó un largo descanso de los negocios. En ese periodo, desde los inicios de los ochenta hasta mediados de la misma década, se casó con Marco Maccapani, productor/director de desfiles de moda y otros eventos y fue madre de tres hijos: Margherita (1983), Francesco (1985) y Teresa (1988).

Cuando regresó a la compañía, Angela empezó a diseñar una colección bajo su propio nombre a la vez que trabajaba con Rosita, dedicándole mucha atención a la línea principal. Todo ello llevó a una renovación progresiva de la visión de Missoni para la moda de mujer.

Con su hermano Luca, hoy Angela es la copropietaria de Missoni S.p.A. Más allá de su papel como directora creativa de la colección de mujer y de la imagen desde 1996, asume toda la responsabilidad sobre el estilo de la firma, incluyendo las colecciones de hombre.

Angela está también comprometida con insuflar nueva energía a la firma familiar. Demostró ser una pieza clave en la renovación del concepto de las tiendas y las campañas publicitarias - firmadas por importantes fotógrafos a nivel mundial como Mert Alas & Marcus Piggott, Juergen Teller, Steven Meisel, Mario Testino- con una inclinación más contemporánea. En pocos años Missoni ha adquirido una fresca y nueva identidad.

En cuanto a los desfiles de Missoni, vuelven a ser una importante ocasión de dejar su huella en la comunicación de tendencias e ideas a nivel internacional.

Si Angela no se hubiera enamorado de la moda, probablemente hubiera estudiado diseño de interiores. Ella disfruta mucho redecorando su casa, seleccionando distintos elementos, expresando claramente sus deseos. En sus espacios, selecciona y combina objetos de todo tipo, colecciona piezas de arte contemporáneo, elige muebles y otros objetos de diseño moderno.

“La pereza despreocupada no es para mí”, afirmó en una entrevista. “Siempre necesito estar haciendo algo, en particular con mis propias manos, cambiando, moviendo algo, reorganizando, mejorando...” Y si esa es su actitud en lo doméstico, desde luego también la aplica en su práctica profesional.

#### MARGHERITA MACCAPANI MISSONI AMOS

Nacida al norte de Italia el 22 de Febrero de 1983, Margherita Maccapani Missoni Amos es la hija mayor de Angela Missoni, Directora Creativa de la conocida marca Missoni, y la nieta de los fundadores Ottavio y Rosita Missoni. Habiendo crecido en el campo, en el idílico Sumirago, en una familia de diseñadores, Margherita desarrolló una sensibilidad única para su estilo personal desde que era pequeña. Como las mujeres de su familia, ella también soñaba con ser diseñadora.

Después de estudiar filosofía en la Università Statale di Milano y, después, en Columbia University, Margherita decidió iniciar el grado en artes dramáticas en su nuevo hogar, Nueva York. Asistió a la célebre escuela de Stella Alder y al Lee Strasberg Theater Institute y también se formó en el Black Nexxus con Susan Batson. Tras sus estudios en Nueva York, se mudó a París y luego a Roma para continuar con su carrera de interpretación.

Durante este tiempo, Margherita también actuó como embajadora de la marca Missoni, asistiendo a eventos y sesiones fotográficas de diseños icónicos de la marca. Todo ello le dio experiencia y una herramienta valiosa para su crecimiento personal y rendimiento profesional y Margherita empezó a aplicar su mirada fruto de la experiencia a varios proyectos creativos para Missoni.

En 2006, Margherita trabajó con Estée Lauder para lanzar la fragancia “Missoni”, inspirada en las tres generaciones: Rosita, Angela y Margherita, ella misma. Fue también la cara de la campaña de la fragancia, fotografiada por Mert & Marcus. Después del exitoso debut, volvió a ser fotografiada para otra campaña de la nueva fragancia Missoni “Aqua”, un perfume que desarrolló con los maestros perfumistas de Estée Lauder y que fue lanzado en 2007. Margherita se convirtió en un icono en el mundo de la moda, sinónimo de elegancia contemporánea. Participó en distintas publicaciones en todo el mundo, incluyendo Elle, Vogue, Vanity Fair y W. También ha sido fotografiada por los fotógrafos más famosos del mundo como Mario Testino, Gilles Bensimon, Mert & Marcus, Jurgen Teller, Patrick Demarchelier, Steven Meisel y Bruce Weber.

Más tarde regresó a Sumirago y empezó a encargarse de proyectos importantes en la empresa familiar, como la colaboración Missoni for Target. Su estilo de vida, gusto, y su sentido natural del glamour se convirtieron en una inspiración para muchos, y en 2009 ella se unió al equipo creativo de Missoni, y fue rápidamente nombrada diseñadora de accesorios, baño y de la línea Missoni Girls.

Margherita conoció entonces a su marido, Eugenio, corredor de carreras de coches, y pronto formaron una familia. Tras el nacimiento de sus dos hijos, ella puso todo su innato sentido del estilo, espíritu emprendedor y su experien-

cia personal como madre en su original colección de ropa para niños, Margherita, que se lanzó en marzo del 2015. Con el lanzamiento de Margherita, la diseñadora creó una colección ready-to-wear para niños, con encanto y a precios asequibles, para niñas de 0 a 7 años. La línea mezcla colores vivos, texturas y todo tipo de estampados – algo que Margherita perfeccionó durante los años- buscando que el vestir a los niños sea fácil y divertido, tanto como para ellos como para los padres.

Siempre con su espíritu emprendedor, Margherita ha prestado su conocimiento sobre diseño y su instinto único para distintas colaboraciones y proyectos emocionantes. En 2016, colaboró con Yoxx para diseñar la colección cápsula de pijamas “YoxxxMargherita”, tres modelos de pijamas “mommy and me”, y también colaboró con Starwood en “The Luxury Collection”, para el que actúa como global eExplorer, para desarrollar una mochila para niños única que se vende en sus hoteles de todo el mundo. Margherita diseñó también un foulard para La Mer que se presentó en las Navidades de 2016 en puntos de venta de la firma en todo el mundo. Más recientemente, Margherita ha colaborado con Pottery Barn Kids para desarrollar una cápsula exclusiva de muebles para niños, la colección “Margherita for Pottery Barn Kids”, que verá la luz el 2017.

Fortaleciendo sus lazos con icónicas marcas italianas, Matgherita también es embajadora de Peroni. En 2015, diseñó un pañuelo para hombre para Peroni y en 2016 ideó el concepto para la Casa Peroni de Inglaterra y para su evento de lanzamiento en Londres.

Magherita está también muy comprometida desde hace tiempo con la labor humanitaria de OAfrica. Ha sido presidenta de la organización en durante trece años y ha promovido distintas colaboraciones con marcas como Yoxx, Target, Valextra y M Missoni, para ayudar a la organización sin ánimo de lucro.

## LISA LOVATT-SMITH

### OAfrica

Con tan sólo 19 años, Lisa Lovatt-Smith, barcelonesa de padres ingleses, logró lo imposible: hacerse un hueco como editora gráfica de la edición británica de ‘Vogue’. A una edad muy temprana y siendo ya íntima de Anna Wintour, le fue encargada la tarea de dar forma a la edición española de la cabecera internacional para terminar, más tarde, de consorsal en París. Hasta que conoció a Sabrina, una pequeña de cinco años, hija de una familia desestructurada.

Lisa decidió adoptarla mientras seguía trabajando en la revista. Cuando la niña se hizo mayor, Lisa emprendió un viaje con ella a un orfanato en Ghana. Aquella escapada temporal terminó convirtiéndose en su forma de vida. Lisa cambió su vida en el mundo de la moda por el cuidado de la infancia más vulnerable del país africano.

Actualmente, Lovatt-Smith vive en Ghana sacando adelante ‘OAfrica’, una institución que acoge anualmente a más de medio centenar de niños huérfanos y abandonados del país y que ya cuenta con varias oficinas en Europa.

### Sobre OAfrica

OAfrica es una ONG que trabaja en Ghana y cuya misión es empoderar a niños y jóvenes adultos cuyos derechos han sido comprometidos debido a la institucionalización, la pobreza, la violencia, el tráfico de menores, el virus del SIDA, el abuso y la discriminación. Les ayudamos a que se conviertan en miembros productivos en sus comunidades mediante el fortalecimiento de las familias y reintegrándolos en ambientes seguros, estables y amorosos.



*The international presence in this edition come from the hand of the prestigious Italian knitwear brand Missoni. 080 Barcelona Fashion will pay tribute to Àngela Missoni, the current co-owner and creative director of the brand. A tribute which Missoni will be represented by her daughter, Margherita Missoni Maccapani, who will receive the Fashion Tribute the event renders every year to a key name in the fashion industry.*

*Margherita Maccapani Missoni will be the guest of honor at this edition of the Catalan Fashion show, not only on behalf of her mother but also in her own name as a figure of the future in the fashion industry. Since birth, Margherita has grown up surrounded by fashion. Daughter of Angela, creative director of one of the most respected fashion houses in the world, and granddaughter of founders Ottavio and Rosita, her life has been deeply influences by the great names in creativity and style. Today Margherita has become a protagonist in the world of fashion in her own right with her firm Margherita Kids.*

*Precisely to speak about fashion and about her experiences thereof, Margherita Missoni will offer “The Missoni Family. Born into fashion”, an informal colloquial with her good friend Lisa Lovatt-Smith, ex Vogue UK director, and Missoni family friend. The Missoni family. Born into fashion will be a public tête à tête, a conversation between two friends, where they will run over their trajectories in the world of fashion and share their Love for life, children, creativity and beauty.*

## ANGELA MISSONI

*Tai and Rosita Missoni's third-born, Angela began assisting her mother in the conception and creation of the women's collections at the age of eighteen. This gave her the chance to reveal and express her innate feel for fashion and to develop her own views on the subject of clothing design.*

*The hands-on experience also made for an invaluable way to learn all the steps in the process, from initial sketch to actual sale of the clothes. She did image development for some of the key licenses, too, such as the main line accessories and the childrenswear. Meantime she explored her own interests and abilities in an intensely personal way.*

*Then Angela took an extended break from the business. In this period, from the early to mid eighties, she married Marco Maccapani, producer/director of fashion shows and other events. She also became the mother of three children: Margherita (1983), Francesco (1985) and Teresa (1988).*

*When she returned to the company, she began both designing a collection under her own name and working in tandem with Rosita, devoting serious attention to the main line. This set in motion a progressive restyling of the Missoni fashion vision for women.*

*With brother Luca, today Angela is co-owner of Missoni S.p.A. Besides her role as creative director of the women's collection and of the image from 1996, she also assumes sole responsibility for the company's style, including the men's collection and licences.*

*Angela is also totally committed to injecting the family brand with new energy. She proved a major force in renewing the store concept and in giving the ad campaigns – shot by world-class photographers Mert Alas & Marcus Piggott, Juergen Teller, Steven Meisel, Mario Testino – a most contemporary slant. In just a few short years, Missoni fashion has taken on a fresh new identity.*

*As for the Missoni shows, they again mark important and popular occasions and make an authoritative, international statement in the communication of trends and ideas.*

*If Angela had not fallen for fashion, she might have gone into interior design, which in fact is one of her favorite leisure activities. She very much enjoys (re)decorating the home, selecting the various elements, expressing her precise wishes, defining the arrangement of spaces and the impact of lighting. In her own personal habitats, she stratifies objects of all types, collects pieces of contemporary art and chooses furniture and other items of modern design.*

*"Pleasant idleness isn't for me," she asserted in an interview. "I always need to be doing something, in particular with my hands, changing, moving, reorganizing, improving..." And if this is her attitude on the domestic front, she certainly puts it into practice on the professional one too.*

## MARGHERITA MACCAPANI MISSONI AMOS

*Born in Northern Italy on February 22nd, 1983, Margherita Maccapani Missoni Amos is the eldest daughter of Angela Missoni, Creative Director of the renowned Missoni brand, and the granddaughter of the house's founders, Ottavio and Rosita Missoni. Having grown up in the idyllic countryside of Sumirago, amidst a family of fashion designers, Margherita developed a keen eye and a unique sense of personal style from a young age. Like the women in her close-knit family, she also dreamed of becoming a designer.*

*After studying philosophy at Università Statale di Milano and, after, at Columbia University, Margherita decided to pursue a degree in the dramatic arts in her new hometown of New York. She attended the renowned Stella Adler acting school and the Lee Strasberg Theater Institute and also trained at Black Nexxus with Susan Batson. Following her studies in New York, she moved to Paris and Rome to focus further on her acting.*

*During this time, Margherita also functioned as Missoni Brand Ambassador, attending events and sitting for photoshoots in the brand's iconic designs. The experience proved to be a valuable tool for personal growth and professional achievement and Margherita began to lend her discerning eye and expertise to a variety of creative projects for the Missoni brand.*

*In 2006, Margherita worked with Estée Lauder Companies to launch the "Missoni" scent, a fragrance inspired by three generations of women: Rosita, Angela, and Margherita, herself. She was also the face of the fragrance campaign, shot by celebrated photographers Mert & Marcus. After the successful debut, she appeared in another campaign shot by the photographers for the new Missoni "Acqua" fragrance, a scent she developed with the Estée Lauder maîtres parfumeurs which launched in 2007.*

Margherita subsequently became an international fashion icon and a model of contemporary elegance. She has been featured in publications across the globe, including *Elle*, *Vogue*, *Vanity Fair*, and *W*, and has been photographed by the world's most famous photographers, including Mario Testino, Gilles Bensimon, Mert & Marcus, Jurgen Teller, Patrick Demarchelier, Steven Meisel and Bruce Weber.

Margherita eventually settled back in Sumirago and began consulting on important projects for her family's brand, such as the Missoni for Target collaboration. Her lifestyle, taste, and natural sense of glamour had become an inspiration for many and, in 2009, she joined the Missoni creative team and was soon named Designer of Accessories, Swim, and Missoni Girls.

Amos then met her husband, Eugenio, a race car driver, and shortly thereafter started a family of her own. Following the birth of her two sons, she brought her innate sense of style, entrepreneurial spirit and personal experience as a mother to her distinguished kidswear collection, Margherita, which launched in March 2015.

With the launch of Margherita, the designer set out to create an assortment of loveable, affordably-priced children's ready-to-wear with one-of-a-kind appeal for little girls size infant to age seven. The line playfully mixes colors, textures and whimsical prints – something Margherita has perfected over the years – and seeks to prove that dressing children should be easy and fun – for children and parents alike.

Ever the entrepreneur, Margherita has lent her knowledge of design and distinctive flair to a variety of collaborations and exciting projects. In 2016, she collaborated with Yoox to design the Yoox x Margherita Kids sleepwear capsule, three styles of "mommy and me" pajamas, and also partnered with Starwood: The Luxury Collection, for which she serves as a Global Explorer, to develop an exclusive children's backpack to be sold in their hotels across the globe. She has also designed a scarf for La Mer to debut in the 2016 holiday season at luxury retailers worldwide. More recently, Margherita has partnered with Pottery Barn Kids to develop an exclusive capsule collection of children's home furnishings; the Margherita for Pottery Barn Kids collection will debut in 2017.

Strengthening her ties to iconic Italian brands, Margherita also serves as an ambassador for Peroni. In 2015, she created a men's handkerchief for Peroni and in 2016 she designed the concept for the House of Peroni in Britain, hosting the launch event in London.

Margherita is also a fervent and longstanding supporter of OAfrica's humanitarian endeavors. She has served as Italian President of the organization for the past thirteen years and has tirelessly promoted a variety of special collaborations with brands, from Yoox and Target, to Valextra and M Missoni, to benefit the non-profit organization.

## LISA LOVATT-SMITH

### OAfrica

At only 19, Lisa Lovatt-Smith, born in Barcelona of English parents, achieved the impossible: to create a niche as graphic editor of the British edition of *Vogue*. At a very early age and being a close friend of Anna Wintour, she was entrusted with the task of shaping the Spanish edition of the leading international magazine and later to become a correspondent in Paris... until she met Sabrina, the five-year-old child from a broken home.

Lisa decided to adopt her as she continued to work on the magazine. As the child grew older, Lisa embarked on a trip with her to an orphanage in Ghana. That getaway ended up becoming their way of life. Lisa swapped her life in the world of fashion for one of caring for the most vulnerable children in the African country.

Today, Lovatt-Smith lives in Ghana and runs 'OAfrica', an institution that annually takes in and cares for more than fifty orphaned and abandoned children in the country with several offices in Europe.

### About OAfrica

OAfrica is an NGO working in Ghana whose mission is to empower children and young adults whose rights have been compromised due to institutionalization, poverty, violence, child trafficking, the AIDS virus, abuse and discrimination. We help them become productive members of their communities by strengthening families and reintegrating them into safe, stable and loving environments.



*Gramona*



Artesans del temps



WINE MODERATION.eu  
Art de Vivre

Viticultors des de 1850. Vins i caves ecològics i biodinàmics.



**CENTRE UNIVERSITARI  
DE DISSENY  
DE BARCELONA**

CENTRE ADSCRIT A LA  
UNIVERSITAT DE VIC  
UNIVERSITAT CENTRAL  
DE CATALUNYA

Pujades, 118  
08005 Barcelona  
[www.baued.es](http://www.baued.es)  
T. +34 934 153 474



Bau, Centre Universitari de Disseny de Barcelona fundada l'any 1989, és un centre que imparteix estudis oficials de Grau en disseny. Adscrit a la Universitat de Vic – Universitat Central de Catalunya i situat al 22@ de Barcelona. Bau és un centre pioner a impartir estudis universitaris de Gran en disseny en les especialitats de gràfic, audiovisual, interiors i moda dins del marc de l'Espai Europeu d'Educació Superior. Bau també ofereix Masters i Posgraus en els quatre àmbits de disseny del grau, a més de màsters transversals. En moda concretament disposa de dos: Màster en Fashion Management i Posgrau en Disseny de roba interior, corseteria i bany. També Bau disposa d'un altre tipus de formació com Bau Nit Gràfic, els diferents workshops que es van programant durant l'any i l'universitat d'estiu al mes de juliol.

L'equip de Bau està format per més de 200 professionals: doctors, investigadors, llicenciats i professionals especialitzats provinents de diferents àmbits. La infraestructura compta amb dos edificis amb un total de 8.000m2 amb diferents tipus d'aules i tallers per treballar dins les hores de formació així com al temps lliure de l'estudiant. A més, Bau compta amb un departament de recerca i transferència de coneixement treballant en 5 línies que es centren en el disseny i l'aportació d'aquest al benestar social.

Bau, Centro Universitario de Diseño de Barcelona fundada en 1989, es un centro que imparte estudios oficiales de Grado en diseño. Adscrito a la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña y que está situado en el 22 @ de Barcelona. Bau es un centro pionero en impartir estudios universitarios de Gran en diseño en las especialidades de gráfico, audiovisual, interiores y moda dentro del marco del Espacio Europeo de Educación Superior. Bau también ofrece Masters y Posgrados en los cuatro ámbitos de diseño del grado, además de másteres transversales. En moda concretamente dispone de dos: Master en Fashion Management y Posgrado en Diseño de ropa interior, corsetería y baño. Asimismo la formación de Bau también incluye Bau Nit Gráfico, diferentes workshops durante el año y la universidad de verano en julio.

El equipo de Bau está formado por más de 200 profesionales: doctores, investigadores, licenciados y profesionales especializados provenientes de diferentes ámbitos. La infraestructura cuenta con dos edificios con un total de 8.000m2 con diferente tipo de aulas y talleres para trabajar dentro de las horas de formación así como el tiempo libre del estudiante. Además, Bau cuenta con un departamento de investigación y transferencia de conocimiento trabajando en 5 líneas que se centran en el diseño y la aportación de este al bienestar social.

*Bau, Design College of Barcelona founded in 1989, is a center that offers Bachelor Degree in design. Adscribed to the University of Vic - Central University of Catalonia and located in 22 @ of Barcelona. Bau is a pioneer center providing the Bachelor Degree in design studies (graphic, audiovisual, interior and fashion) in the European Higher Education Area. Bau also offers Masters and Postgraduates in the four specializations of the Bachelor, as well as cross-masters. In fashion specifically has two: Master in Fashion Management and Postgraduate in Design of underwear, corsetry and bathroom. Bau training also includes Bau Nit Chart, different workshops during the year and summer university during July.*

*Bau teaching staff is composed by more than 200 professionals: doctors, researchers, graduates and specialized professionals from different fields. The infrastructure has two buildings with a total of 8,000m2 with different types of classrooms and workshops to work within the hours of training as well as the student's free time. In addition, Bau has a research and knowledge transfer department working in 5 lines that focus on the design and the contribution that can do on the social welfare.*

# Escola de la Dona



**Diputació  
Barcelona**

Sant Pere Més Baix, 7  
Espai Francesca Bonnemaison  
08003 Barcelona  
[www.diba.cat/escoladona](http://www.diba.cat/escoladona)  
T. +34 934 049 107



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

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

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

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

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

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

Las enseñanzas de moda se organizan en seis especialidades profesionales:

- De moda
- De diseño de moda
- De patronaje
- De cortes i costura
- De tratamiento, conservación y planchado de tejidos
- De complementos y técnicas de moda

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

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

*Fashion Instruction is organized into six professional specializations:*

- Fashion
- Fashion design
- Patternmaking
- Cutting and sewing
- Fabric treatment conservation and ironing
- Accessory and fashion techniques

Més informació / Más información / More info on: [www.diba.cat/web/escoladona/ensenyaments-de-moda](http://www.diba.cat/web/escoladona/ensenyaments-de-moda)



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

Des del curs 2015-2016, l'ESDi ofereix el **Bachelor en Smart Design**, un títol propi que té la finalitat de facilitar als estudiants de grau l'obtenció de la doble formació en Disseny i en *Smart Design*, i que els permet obtenir dos títols en els 4 anys de la carrera. El programa d'estudis simultanis prepara un dissenyador complet, que dominarà els processos creatius i metodològics propis del disseny i la preparació tecnològica específica sobre l'estudi, la gestió i l'aplicabilitat de les tecnologies en els diversos àmbits del disseny. Els estudis es desenvolupen en contacte amb el món empresarial, amb un enfocament pluridisciplinari i que fomenta la creativitat de l'alumnat. L'ESDi, com a centre universitari, també dóna la oportunitat als seus estudiants d'incorporar-se en equips de recerca i de transferència de coneixement en les diferents unitats acadèmiques.

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

La Escuela Superior de Diseño ESDi, centro adscrito a la Universidad Ramon Llull, genera, divulga, investiga y forma en diseño desde el año 1989. Es el primer centro en impartir el Grado Oficial Universitario en Diseño en el Estado español en 6 itinerarios curriculares: Moda, Audiovisuales, Gráfico, Producto, Interiores y Gestión del Diseño (integración Multidisciplinar).

Desde el curso 2015-2016 ESDi ofrece un **Bachelor en Smart Design**, un título propio que tiene la finalidad de facilitar a los estudiantes de Grado la obtención de la doble formación en Diseño y en *Smart Design*, permitiéndoles obtener dos títulos en los 4 años de carrera. El programa de estudios simultáneos prepara un diseñador completo, que dominará los procesos creativos y metodológicos del diseño y tendrá la preparación tecnológica específica sobre el estudio, gestión y aplicabilidad en las diferentes unidades académicas. Los estudios se desarrollan en contacto con el mundo empresarial, con un enfoque pluridisciplinar y fomentando la creatividad del alumnado. ESDi, como centro universitario, también da la oportunidad a sus estudiantes de incorporarse en equipos de investigación y transferencia de conocimiento en las diferentes unidades académicas.

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

*The ESDi School of Design, center attached to the Universitat Ramon Llull, generates, disseminates, investigates and educates in design since 1989. It is the first center to impart a regulated University Degree in Design in Spain in six different curricula: Fashion, Audiovisual, Graphic, Product, Interiors and Design Management (Multidisciplinary Integration).*

*Since the 2015-2016 academic year, ESDi offers a **bachelor's degree in Smart Design**, a qualification which aims to provide undergraduate students the opportunity to obtain dual training in Design and Smart Design, enabling them to obtain two degrees in a four year course. The simultaneous curriculum prepares designers to master the creative processes and methodologies of design as well as the preparation of specific studies and management strategies for the application of technology in the various fields of design. Studies are carried out in close contact with the business world, with a multidisciplinary approach that encourages the creativity of students. ESDi as a university center also gives its students the opportunity to join research and knowledge transfer teams in the different academic units.*

*The center has off campus study sites in Barcelona, where undergraduate courses and master's degrees in the fields of art, technology, communications and fashion are imparted.*



## Felicidad Duce

### Escola de Moda LCI Barcelona

Balmes, 209  
08006 Barcelona  
[www.lcibarcelona.com](http://www.lcibarcelona.com)  
T. +34 932 372 740



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

L'oferta formativa abasta des de títols superiors oficials en Disseny i Moda, de la mà de Felicidad Duce, Disseny de Producte, d'Interiors i Gràfic, màsters/postgraus, cursos d'especialització i formació contínua en les mateixes disciplines.

En moda, Felicidad Duce ofereix programes cotitulats amb la Universitat de Barcelona: el Màster en Gestió i Direcció d'Empreses de Moda (cotitulat amb la Facultat d'Economia i Empresa i la participació del Clúster Tèxtil-Moda de Catalunya); i el Postgrau d'Il·lustració Creativa en Moda (cotitulat amb la Facultat de Belles Arts). En moda, també disposa de màsters propis en Màrqueting, Estilisme, Complementos i Disseny de Moda; i el Postgrau en Màrqueting & Product Management de Col·leccions Esportives & Sportswear (amb la participació d'INDESCAT) i un de Coolhunting.

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

La oferta formativa abarca desde títulos superiores oficiales en Diseño de Moda, de la mano de Felicidad Duce, Diseño de Producto, de Interiores y Gráfico, másters/postgrados, hasta cursos de especialización y formación continua en las mismas disciplinas.

En moda, Felicidad Duce ofrece programas cotitulados con la Universidad de Barcelona: el Máster en Gestión y Dirección de Empresas de Moda (cotitulado con la Facultad de Economía y Empresa y la participación del Clúster Textil-Moda de Catalunya); y el Postgrado de Ilustración Creativa en Moda (cotitulado con la facultad de Bellas Artes). En moda, también dispone de másters propios en Márqueting, Estilismo, Complementos y Diseño de Moda; y el Postgrado en Márqueting & Product Management de Colecciones Deportivas & Sportwear (con la participación del INDESCAT) y uno de Coolhunting.

*LCI Barcelona, School of Higher Education in Design, is the campus of the LCI Education network in Barcelona. The network, which consists of 22 campuses on 5 continents, has its headquarters in Canada. Our campus is designed to cater for a high number of international students and to incorporate professional talent with both local and global experience from around the world. Studies offered range from Bachelors' degrees in Fashion design, through Felicidad Duce, Product Design, Interior and Graphic design, Masters/Postgraduate courses, specialized courses and continuing education in the aforementioned disciplines.*

*In Fashion, Felicidad Duce offers double degree programs with the University of Barcelona: The Masters in Fashion Business Management and Administration (Double degree with the Faculty of Economics and Business and with the participation of the Fashion Textile Cluster of Catalonia; and the postgraduate course in Creative Fashion illustration (Joint qualification with the Fine Arts Faculty). In Fashion, they also have their own masters programs in Marketing, Styling, Fashion Accessories and Fashion Design as well as postgraduate courses in Marketing & Product Management in Sport and Sportswear collections (with the participation of INDESCAT) and one in Coolhunting.*



**Institut Català de la Moda**

Gran Via de les Corts Catalanes, 696  
08010 Barcelona  
[www.incatmoda.com](http://www.incatmoda.com)  
T. +34 932 651 115



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

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

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

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

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

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



Formem professionals contemporanis, crítics i oberts, que estiguin preparats per adaptar-se als canvis de la societat. Oferim una formació especialitzada per als estudiants que es vulguin convertir en grans professionals de la moda.

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

Apostem per una formació molt pràctica, basada en el projecte com a eix docent, perquè els alumnes s'enfrontin a la realitat de la professió. Tot això complementat amb matèries d'humanitats, comunicació i tecnologies.

L'equip de docents de l'IDEP Barcelona està format per professionals en actiu que estimen la moda.

Una altre dels grans valors de l'escola és la relació professional de les tres àrees que la integren: moda, fotografia i gràfic.

Formamos profesionales contemporáneos, críticos y abiertos, que estén preparados para adaptarse a los cambios de la sociedad. Ofrecemos una formación especializada para los estudiantes que se quieran convertir en grandes profesionales de la moda.

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

Apostamos por una formación muy práctica basada en el proyecto como eje docente, para que los alumnos se enfrenten a la realidad de la profesión. Todo ello complementado con materias de humanidades, comunicación y tecnologías.

El equipo de docentes de IDEP Barcelona está formado por profesionales en activo que aman la moda.

Otro de los grandes valores de la escuela, es la relación profesional de las tres áreas que la integran: moda, fotografía y gráfico.

*We train contemporary professionals to be critical and open and to be prepared to adapt to the changes in society. We offer specialized training to students who want to become great professionals in the world of fashion.*

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

*Our training is very practical and based on the project as teaching tool, so that students face the realities of the profession. All of this complemented by subjects in the humanities, communication and technologies.*

*The teaching team at IDEP Barcelona is made up of professionals who love fashion.*

*Another of the important values of the school is the professional relationship between the three areas that make it up: fashion, photography and graphic design.*



**IED**  
**Barcelona**  
**Escola Superior**  
**de Disseny**

Biada, 11  
08012 Barcelona  
[www.iedbarcelona.es](http://www.iedbarcelona.es)  
T. +34 932 385 889



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

La seu de l'IED Barcelona, situada al barri de Gràcia, s'ha consolidat des de 2002 com un dels centres de formació de referència en disseny i compta amb el reconeixement de la Generalitat de Catalunya com a Escola Superior de Disseny. La seva oferta formativa està composta pels Títols Superiors en Disseny de Producte, Interiors, Moda i Gràfic, a més dels Bachelors of Arts (Honours) atorgats per la Universitat de Westminster, els Diplomes IED, els màsters, els postgraus i els cursos de formació contínua i d'estiu. L'escola de Barcelona es diferencia pel seu caràcter multicultural i interdisciplinari i atrau cada any 1.000 alumnes de més de 100 nacionalitats diferents.

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

La sede del IED Barcelona, ubicada en el barrio de Gràcia, se ha consolidado desde 2002 como uno de los centros de formación de referencia en diseño y cuenta con el reconocimiento de la Generalitat de Catalunya como Escuela Superior de Diseño. Su oferta formativa está compuesta por los Títulos Superiores en Diseño de Producto, Interiores, Moda y Gráfico, además de los Bachelors of Arts (Honours) otorgados por la Universidad de Westminster, los Diplomas IED, los másters, los postgrados y los cursos de formación continua y de verano. La escuela de Barcelona se diferencia por su carácter multicultural e interdisciplinario y atrae cada año 1.000 alumnos de más de 100 nacionalidades diferentes.

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

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



## Escola d'Art i Disseny

Carretera de Barcelona, 208 bis  
08205 Sabadell  
ca.sabadell.cat/escolaila  
T. +34 937 114 805 / 937 114 059  
illa@ajsabadell.cat



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

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

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

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

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

El CFGS de Artes Plásticas y Diseño de Estilismo de Indumentaria está orientado a formar profesionales con capacidad para desarrollar su actividad en el ámbito del vestir. El ciclo prepara a los estudiantes para diseñar y realizar colecciones de moda y coordinar todo el proceso de ejecución. Y también estilismos para desfiles, medios de difusión, ámbitos del espectáculo, publicidad...

*The Illa School is a widely recognized center for art and design education in the field of public education in the arts and design, which features a wide range of education related to the world of visual arts, graphic design, fashion design and illustration and caters to all kinds of audiences: vocational education and training in Plastic Arts, Advertising Illustration Design and Apparel Design.*

*The objectives of the school have been and are to equip our students with a good level of training, help them to establish roots in the business, economic, social and cultural environment and make a valuable contribution to strengthening occupational training qualifications in the field of design.*

*The technical qualification in Plastic Arts and Design in Apparel design is designed to train professionals to carry out their activities in the apparel sector. The course prepares students to design and produce fashion collections and coordinate the entire implementation process. It also prepares them in styling for fashion shows, media, areas of entertainment, advertising...*



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

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

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

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

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

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

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

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

# LAS ALAS DE RED BULL CON SABOR A NARANJA.



NUEVO

Sabor Naranja  
Sabor Laranja

# Neo2 Photo Shoot Contest

Lloc / Lugar / Place: Open Area

Dia 26/06 de 15:00 – 20:00

Dia 27/06 de 9:00 – 14:00 i de 15:00 – 20:00

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

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

Dia 30/06 de 9:00 – 14:00

Al Neo2 Photo Shoot Contest vuit equips formats per un estilista i un fotògraf, alumnes d'escoles d'estilisme i de fotografia de Barcelona, competeixen per realitzar el millor foto-reportatge.

Les sessions de fotografia es faran en viu des d'un plató que es muntarà a l'àrea oberta de l'esdeveniment.

Un jurat format pels següents professionals de la revista patrocinadora Neo2 escollirà el reportatge guanyador que es publicarà a la revista:

- Ramón Fano: Director de moda de Neo2
- Javier de Juanas: Editor de moda de Neo2
- Paco Peregrín: Fotògraf de moda
- Naranjo & Etxeberria: Dissenyadors gràfics i directors d'art de Neo2

En el Neo2Photo Shoot Contest ocho equipos, formados por un estilista y un fotógrafo, alumnos de escuelas de estilismo y fotografía de Barcelona, compiten para realizar el mejor foto-reportaje.

Las sesiones de fotografía se harán en vivo desde un plató que se montará en el área abierta del evento.

Un jurado formado por los siguientes profesionales de la revista patrocinadora Neo2 escogerá el reportaje ganador, que se publicará en la revista:

- Ramón Fano: Director de moda de Neo2
- Javier de Juanas: Editor de moda de Neo2
- Paco Peregrín: Fotógrafo de moda
- Naranjo & Etxeberria: Diseñadores gráficos i directores de arte de Neo2

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

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

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

- Ramón Fano: NEO2 director and editor
- Javier de Juanas: NEO2 Fashion editor
- Paco Peregrín: Fashion photographer
- Naranjo & Etxeberria: Graphic designers and NEO2 art directors

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

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

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

- BRAIN & BEAST
- CARLOTAOMS
- KRIZIA ROBUSTELLA
- PAU ESTEVE
- XAVI GRADOS
- OSCARLEON
- PILAR DEL CAMPO
- DANIEL ROSA
- LEBOR GABALA
- SSIC AND PAUL

A woman with long, wavy brown hair and freckles is smiling at the camera. She is wearing a light-colored, tiered, halter-neck dress with a deep V-neckline. Her accessories include a large pink and white flower crown, large flower-shaped earrings, a necklace with a cowrie shell and multiple strands of beads, a wide silver arm cuff on her right arm, and several colorful beaded bracelets on her left wrist. She is holding a small, round, woven bag with a geometric pattern. The background is a soft-focus view of the ocean and a sandy beach.

BIJOU  BRIGITTE

## o8o Exposition: Fòrum tendències



**texfor**  
CONFEDERACIÓN  
DE LA INDUSTRIA TEXTIL

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

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

En una exposició permanent dins del 080 Barcelona Fashion, Texfor presenta les tendències de la temporada primavera-estiu 2018 a través de les mostres de les empreses catalanes.

Amb aquesta iniciativa apropem la indústria tèxtil catalana a dissenyadors, compradors, retailers i al públic en general, per tal de mostrar la proposta de colors i tendències de la propera temporada primavera-estiu 2018 a través de la creativitat i qualitat dels productes de casa nostra.

La carta de colors es presenta amb cons de fil tintat, i tot estirant el fil, els visitants del 080 poden endur-se a casa la carta de colors de tendència de la propera temporada d'estiu.

Les empreses tèxtils participants en el panell de tendències són: Lanitex, Organic Cotton Colours, Taylor, New Junior, Nova Laneria, Premiartex, Jaba Textil

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

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

En una exposición permanente en el 080 Barcelona Fashion, Texfor presentará las tendencias de la temporada primavera-verano 2018 a través de las muestras de empresas catalanas.

En esta iniciativa acercamos la industria textil catalana a diseñadores, compradores, retailers y al público en general, para mostrar la propuesta de colores y tendencias de la próxima temporada primavera-verano 2018 a través de la creatividad y calidad de nuestros productos.

La carta de colores se presenta en conos de hilo tintado, y tirando del hilo, los visitantes del 080 pueden llevarse a casa la carta de colores de tendencia de la próxima temporada de verano

Las empresas textiles participantes en el panel de tendencias son: Lanitex, Organic Cotton Colours, Taylor, New Junior, Nova Laneria, Premiartex, Jaba Textil

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

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

*In a permanent exhibition within 080 Barcelona Fashion, Texfor will present the trends of the spring-summer 2018 season through the samples of Catalan companies. In this initiative we bring the Catalan textile industry closer to designers, buyers, retailers and the public in general, to show the proposal of colors and trends of the next spring-summer 2018 season through the creativity and quality of our products.*

*The color chart is presented in dyed yarn cones, and by pulling the thread, visitors to 080 can take home the Trend Color Chart for the upcoming summer season.*

*Textile companies participating in the trends board: Lanitex, Organic Cotton Colours, Taylor, New Junior, Nova Laneria, Premiartex, Jaba Textil*



Nails. Fashion. Beauty.

LÍDER  
MUNDIAL  
PROFESIONAL

CND  
VINYLUX

LA MANICURA  
OFICIAL DE LA

080

BARCELONA  
FASHION



CND LÍDER MUNDIAL EN  
FÓRMULAS SEGURAS

7FREE

VEGANO  
NO TESTADO EN  
ANIMALES

Creative Beauty Products S.L.  
Rosselló 188 Principal,  
08008 Barcelona  
[www.cbeauty.es](http://www.cbeauty.es)



# Tesines escoles de disseny de moda

Lloc / Lugar / Place: Open Area

26 - 30 / 06 / 2017



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

Nueve escuelas de diseño y moda de Cataluña presentan una selección de las tesinas del año escolar '16-'17 en el Open Area.

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

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

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

## o8o TV Channel



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

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

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

El 080 Barcelona Fashion disposa de un canal de televisió que emet de manera regular per internet, a través de su página web ([www.080barcelonafashion.cat](http://www.080barcelonafashion.cat)).

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

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

*080 Barcelona Fashion has a television channel that broadcasts regularly on the Internet, through its website ([www.080barcelonafashion.cat](http://www.080barcelonafashion.cat)).*

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

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

## o8o Fashion Market (Pop-up stores)

Lloc / Lugar / Place: Open Area

26 / 06 / 2017 - 30 / 06 / 2017



### Alèxia Grustan

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:  
Alèxia Grustan Vidal

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman

T + 34 625 142 505

[www.alexigrustan.com](http://www.alexigrustan.com)  
[alexigrustan@gmail.com](mailto:alexigrustan@gmail.com)



### amt.

Dissenyador / Diseñador / Designer:  
Adrià Machado

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman

T. + 34 620 540 366

[www.amt-studio.com](http://www.amt-studio.com)  
[info@amt-studio.com](mailto:info@amt-studio.com)

## amt.



## AUBERGIN

Dissenyadors / Diseñadoras / Designers:  
Anna Uimonen & Nevean Holmes

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman  
Prêt-à-Porter Home / Hombre / Man

T + 34 650 507 477 / +34 622 302 868

[www.aubergin-design.com](http://www.aubergin-design.com)  
[aubergin@aubergindesign.com](mailto:aubergin@aubergindesign.com)

a u b e r g i n



## BCN BRAND

Dissenyador / Diseñador / Designer:  
Pablo Caralps

Marroquineria / Marroquinería / Leatherware  
Calçat / Calzado / Footwear  
Cascos / Cascos / Helmets

T. + 34 932 019 022

[www.bcnbrand.com](http://www.bcnbrand.com)  
[info@bcnbrand.com](mailto:info@bcnbrand.com)



## o8o Fashion Market (Pop-up stores)



### Bohemian Rhapsody Bcn

Dissenyador / Diseñador / Designer:  
Esther Bonet Armengol

Bosses / Bolsos / Bags

T +34 667 550 955

[www.bohemianrhapsodybarcelona.com](http://www.bohemianrhapsodybarcelona.com)  
[bohemianrhapsodybcn@gmail.com](mailto:bohemianrhapsodybcn@gmail.com)

*Bohemian  
Rhapsody*  
BARCELONA



### BRAIN&BEAST

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:  
Ángel Vilda

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman  
Prêt-à-Porter Home / Hombre / Man

T. +34 687 874 746 / +34 687 874 749

[www.brainandbeast.com](http://www.brainandbeast.com)  
[info@brainandbeast.com](mailto:info@brainandbeast.com)



**BRAIN & BEAST**  
BARCELONA



## DANIEL ROSA

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:  
Daniel Rosa

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman  
Prêt-à-Porter Home / Hombre / Man

T. +34 672 379 361

[www.danielrosa.es](http://www.danielrosa.es)  
[info@danielrosa.es](mailto:info@danielrosa.es)



## ELENA ESTAUN

Dissenyadors / Diseñadores / Designers:  
Elena Estaun

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman  
Prêt-à-Porter Home / Hombre / Man

T. +34 609 133 234

[www.elenaestaun.com](http://www.elenaestaun.com)  
[pr.elenaestaun@gmail.com](mailto:pr.elenaestaun@gmail.com)



## o8o Fashion Market (Pop-up stores)



### GEMMALÓPEZ BARCELONA

Dissenyador / Diseñador / Designer:  
Gemma López

Joieria / Joyería / Jewelry

T. + 34 933 182 135

[www.gemmalopez.com](http://www.gemmalopez.com)  
[joan@gemmalopez.co](mailto:joan@gemmalopez.co)



### Grey Sunglasses

Dissenyador / Diseñador / Designer:  
Grey Sunglasses

Ulleres / Gafas / Sunglasses

T. + 34 676 558 857

[www.greysunglasses.com](http://www.greysunglasses.com)  
[info@greysunglasses.com](mailto:info@greysunglasses.com)





## HÀBIT by Miquel Barberà

Dissenyadores / Diseñadoras / Designers:  
Miquel Barberà

Joieria / Joiería / Jewelry

T. + 34 932 009 474

[www.habitbcn.com](http://www.habitbcn.com)  
[habit@telefonica.net](mailto:habit@telefonica.net)

HÀBIT



## KRIZIA ROBUSTELLA

Dissenyadores / Diseñadoras / Designers:  
Krizia Robustella

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman  
Prêt-à-Porter Home / Hombre / Man

T. +34 932 682 668

[www.kriziarobustella.com](http://www.kriziarobustella.com)  
[kriziarobustella@gmail.com](mailto:kriziarobustella@gmail.com)



## o8o Fashion Market (Pop-up stores)

### Marsupial Barcelona

Dissenyador / Diseñador / Designer:  
Sílvia Solanes Lladonosa

Bosses / Bolsos / Bags

[www.marsupialbarcelona.com](http://www.marsupialbarcelona.com)  
[ssolanes@marsupialbarcelona.com](mailto:ssolanes@marsupialbarcelona.com)



# MARSUPIAL



### OSCARLEON

Dissenyador / Diseñador / Designer:  
Oscar Leon

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman

[www.oscarleon.com](http://www.oscarleon.com)  
[info@oscarleon.com](mailto:info@oscarleon.com)

# OSCARLEON

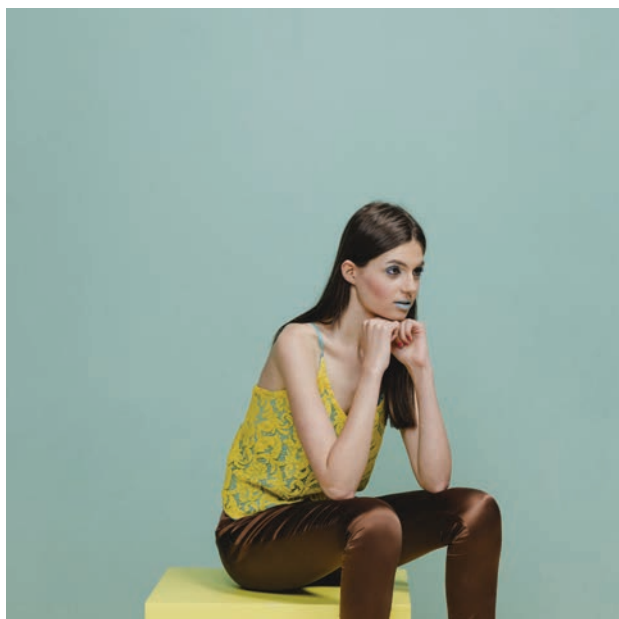
## Petrusco Heritage

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:  
Marco Esteve

Bosses / Bolsos / Bags

T. + 34 931 628 080

[www.petrusco.com](http://www.petrusco.com)  
[prensa@petrusco.com](mailto:prensa@petrusco.com)



## PILAR DEL CAMPO

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:  
Pilar Del Campo

Prêt-à-Porter Dona / Mujer / Woman

T. + 34 686 570 164

[www.pilardelcampo.com](http://www.pilardelcampo.com)  
[pdelcampolavilla@gmail.com](mailto:pdelcampolavilla@gmail.com)



## o8o Fashion Market (Pop-up stores)



### Virginia Dröm Bags Bcn

Dissenyadora / Diseñadora / Designer:  
Virginia

Bosses / Bolsos / Bags

T. +34 676 777 041

[www.virginiadrom.es](http://www.virginiadrom.es)  
[virginia@virginiadrom.es](mailto:virginia@virginiadrom.es)

**VD**  
*Virginia Dröm*  
Bolsos Barcelona



### VSB Jewels

Dissenyadors / Diseñadores / Designers:  
Juan Cañete y Gabriel Silvestri

Joieria / Joyería / Jewelry

T. +34 639 742 226

[www.vsbarcelona.com](http://www.vsbarcelona.com)  
[info@vsbarcelona.com](mailto:info@vsbarcelona.com)

**VSB**  
BARCELONA



## Woodys Barcelona

Dissenyadors / Diseñadoras / Designers:  
Clara Blancafort & Josep Dosta

Ulleres / Gafas / Sunglasses

T: + 34 938 869 110

[www.woodysbarcelona.com](http://www.woodysbarcelona.com)  
[marketing@woodysbarcelona.com](mailto:marketing@woodysbarcelona.com)

**Woodys**  
BARCELONA



## Miquel Suay

Dissenyadors / Diseñadores / Designers:  
Miquel Suay

Prêt-à-Porter Home / Hombre / Man

T. +34 963 529 053

[www.miquelsuay.com](http://www.miquelsuay.com)  
[info@miquelsuay.com](mailto:info@miquelsuay.com)

**S**  
MIQUELSUAY



**texfor**  
CONFEDERACIÓN  
DE LA INDUSTRIA TEXTIL

#### TEXMEETING BY TEXFOR

La Confederació de la Indústria Tèxtil, TEXFOR, torna a organitzar en el marc del 080 Barcelona Fashion la 5ª edició del TEXMEETING by Texfor, el punt de trobada anual del sector Tèxtil, on crear debat, donar solucions i generar networking.

En aquesta edició del Texmeeting, sota el lema TEXTILE ADVANCED MANUFACTURING, Construyendo el futuro, es posa sobre la taula el canvi de model industrial que imposa la nova onada tecnològica i a la que tampoc s'escapa la indústria tèxtil. Les tecnologies digitals entren a les plantes de producció i fan de lligam entre els diferents departaments clau de l'empresa, des del disseny i fins l'administració de la pròpia empresa. En especial, eines de Big Data, Simulació i Internet de les Coses, generen nous models de negoci en nínxols de mercat que en alguns casos fins i tot eixamplen el mercat destí tradicional.

TEXMEETING by Texfor tindrà lloc el 29 de juny a la sala Francesc Cambó del Recinte Modernista de Sant Pau a Barcelona en el marc de la passarel·la catalana i s'espera una afluència d'unes 150 persones entre empresaris, professionals, dissenyadors, premsa i estudiants del sector.



La Confederació de la Indústria Textil, TEXFOR, vuelve a organizar en el marco del 080 Barcelona Fashion la 5ª edición del TEXMEETING by Texfor, el punto de encuentro anual del sector Textil, donde crear debate, dar soluciones y generar networking.

En esta edición del Texmeeting, bajo el lema TEXTILE ADVANCED MANUFACTURING, Construyendo el futuro, se pone sobre la mesa el cambio de modelo industrial que impone la nueva ola tecnológica y a la que tampoco se escapa la industria textil. Las tecnologías digitales entran en las plantas de producción y hacen de enlace entre los diferentes departamentos clave de la empresa, desde el diseño hasta la administración de la propia empresa. En especial, herramientas como el Big Data, Simulación e Internet de las Cosas, generan nuevos modelos de negocio en nichos de mercado que en algunos casos incluso amplían el mercado destino tradicional.

TEXMEETING by Texfor se celebrará el 29 de junio en la sala Francesc Cambó del Recinto Modernista Sant Pau de Barcelona en el marco de la pasarela catalana y se espera una afluencia de unas 150 personas entre empresarios, profesionales, diseñadores, prensa y estudiantes del sector.



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

*This year, under the theme TEXTILE ADVANCED MANUFACTURING, Building the Future, the Texmeeting wants to raise awareness about the industrial model change imposed by the new technology wave, and the textile industry is no exception to these changes. The Digital Technologies arrive to the production plants and link the different key departments of the company, from the design to the management. In particular, tools such as Big Data, Simulation and Internet of Things, generate new business models in niche markets that, in some cases, even extend the traditional destination market.*

*TEXMEETING by Texfor will take place on June 29th in the Francesc Cambó Room at the Sant Pau Art Nouveau Site in Barcelona during the Catalan fashion show. We expect an attendance of 150 people including entrepreneur, professionals, designers, press and students of the industry.*

<https://texmeetingbytexfor.com/>

C/ Sant Quirze, 30  
08201 Sabadell – BCN

T. +34 937 451 917  
[info@texfor.es](mailto:info@texfor.es)  
[www.texfor.es](http://www.texfor.es)



# BCN BRAND

## STORE

**BCN Brand Store** at the neighborhood,  
2 minutes walking from *Santa Maria del Mar*.  
Come, visit us and let's stroll Barcelona all  
over the world.



C/ Canvis Nous, 7  
08003 Barcelona  
Tlf. +34 934 618 278  
info@bcnbrand.com  
[www.bcnbrand.com](http://www.bcnbrand.com)

//bcnbrand @bcnbrand @bcnbrand

# Amoramargo

27 / 06 / 2017 - 21h

Dissenyador / diseñador / designer:

Rafael Amargo

Marca comercial / commercial brand:

River Dreams srl

T. +34 934 526 500

winfo@amoramargo.moda



## ECLÈCTIC • ECLÉCTICO • ECLECTIC

Aprofitant l'adjectiu amb el que tantes vegades s'ha descrit el seu creador, la primera col·lecció d'Amoramargo rep el nom d'"Eclèctic".

Una col·lecció per a l'home, per a la dona i per al nen, basada en colors bàsics forts, com el negre, el vermell, el blanc i l'or. Pelfes i samarretes plenes es combinen amb jeans de patró excepcional i peça fetitxe d'Amoramargo. La nit es vesteix amb vestits llargs per a elles i amb jaquetes de sastre per a ells. A la vegada, els llargs dies d'estiu conviden a lluir banyadors i biquinis.

Aprovechando el adjetivo con el que tantas veces se ha descrito a su creador, la primera colección de Amoramargo recibe el nombre de ecléctico.

Una colección para hombre, mujer y niño basada en colores básicos fuertes como el negro, el rojo, el blanco y el oro. Felpas y camisetas llenas se combinan con jeans de patrón excepcional y prenda fetiche de Amoramargo. La noche se viste con vestidos largos para ellas y chaquetas sastre para ellos. Mientras, los largos días de verano invitan a lucir bañadores y biquinis.

*Taking advantage of the adjective much used to describe its creator, Amoramargo's first collection takes the name ECLECTIC.*

*A collection for man, woman and child based on strong basic colors like black, red, white and gold. Sweatshirts and full t-shirts are combined with exceptionally patterned jeans, an Amoramargo fetish. Night wears long evening dresses for her and tailored jackets for him. Meanwhile, the long summer days invite you to wear swimming trunks and bikinis.*

# Amt.

29 / 06 / 2017 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:

Adrià Machado

Marca comercial / commercial brand:

amt.

T. +34 620 540 366

[www.amt-studio.com](http://www.amt-studio.com)

[info@amt-studio.com](mailto:info@amt-studio.com)



# amt.

## MIRAGE SS18

La col·lecció s'inspira en els miratges, unes il·lusions òptiques que apareixen sobretot on hi predominen altes temperatures.

Principalment és quan la llum travessa capes d'aire calent amb diferents densitats produint una imatge invertida d'objectes llunyans, creant il·lusions òptiques.

La col·lecció es concentra en la calor, la pèrdua de la percepció de la realitat i els oasis o el lloc en el qual ens agradaria ser. Aquest concepte es representa mitjançant teixits com el lli, cotó, viscoses i encoixinats amb plàstic.

La colección se inspira en los espejismos, unas ilusiones ópticas que aparecen sobre todo donde predominan altas temperaturas.

Se dan principalmente cuando la luz atraviesa capas de aire caliente con diferentes densidades produciendo una imagen invertida de objetos lejanos, creando ilusiones ópticas.

La colección se concentra en el calor, la pérdida de la percepción de la realidad y el oasis o lugar en el cual nos gustaría estar. Este concepto se representa a través de tejidos como el lino, algodón, viscosas y acolchados con plástico.

*A collection inspired by mirages, optical illusions that arise especially where high temperatures prevail.*

*They mainly occur when light passes through layers of hot air with different densities producing an inverted image of distant objects, creating an optical illusion.*

*The collection focuses on heat, loss of perception of reality and the oases or the places we would rather be. The concept is represented in fabrics such as linen, cotton, viscose and quilted fabrics with plastic.*

# Antonio Miro

26 / 06 / 2017 - 19h

Dissenyador / diseñador / designer:

Albert Villagrasa

Marca comercial / commercial brand:

ANTONIO MIRO

T. +34 670 609 743

[www.antoniomiro.es](http://www.antoniomiro.es)

[arquero.a@antoniomiro.es](mailto:arquero.a@antoniomiro.es)



ANTONIO MIRO

ANTONIO MIRO

## THE CROWN

"The Crown" tracta de la tendència constatada en els últims anys d'adorar, idolatrar i estimar de manera incondicional personatges que ens captiven.

Seguim figures que nosaltres mateixos hem convertit en personatges públics a través de les xarxes socials o del seguiment de reality shows, entre d'altres. Com a societat, els creem i els donem una fama creixent.

"The Crown" reflexiona sobre la coronació d'aquests personatges, sobre la idolatria i el canvi social que ens fa estimar gent que ni tan sols coneixem personalment. Un amor incondicional que corona aquests personatges com a nous reis i reines, gràcies a la influència que tenen en la societat.

"The Crown" trata de la tendencia constatada en los últimos años de adorar, idolatrar y querer de forma incondicional a personajes que nos cautivan.

Seguimos a figuras que nosotros mismos hemos convertido en personajes públicos a través de las redes sociales o del seguimiento de programas de reality, entre otros. Como sociedad les creamos y les damos una fama creciente.

"The Crown" reflexiona sobre la coronación de estos personajes, sobre la idolatría y el cambio social que nos hace amar y querer a gente que ni siquiera conocemos personalmente. Un amor incondicional que corona a estos personajes como los nuevos reyes y reinas gracias a la influencia que tienen en la sociedad.

"The Crown" addresses the trend that has emerged over the last few years to adore, idolize and unconditionally love public personalities who captivate us.

We follow people that we have created into public figures through following them on the social networks or on reality shows, among other channels. As a society, we create them and give them their growing fame.

"The Crown" reflects on the coronation of these characters, on the idolatry and the social changes that have led us to love and want people we do not even know personally. An unconditional love which crowns these public figures, the new kings and queens, thanks to their influence in the society.

# Aubergin

28 / 06 / 2017 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:

Anna Uimonen & Nevean Holmes

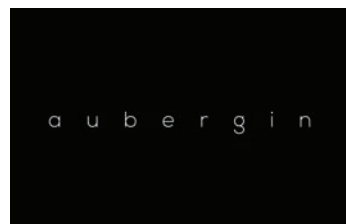
Marca comercial / commercial brand:

AUBERGIN

T. +34 650 507 477 / 622 302 868

[www.aubergin-design.com](http://www.aubergin-design.com)

[aubergin@aubergindesign.com](mailto:aubergin@aubergindesign.com)



## ESSAOUIRA

Aquesta temporada primavera-estiu 2018, Aubergin pren com a font d'inspiració el colorit món de la cultura marroquina, concretament el poble mariner d'Essaouira.

Un total de 24 looks formen la col·lecció: 17 per dona i 7 per home, entre els quals destaquen 6 peces unisex.

Els estampats s'han dissenyat a partir de l'arquitectura moràrab, amb formes vegetals i geomètriques, textures de parets rugoses i ratlles verticals procedents dels vestits tradicionals, les gel·labes.

Peces desestructurades, sastreria masculina; barreja de materials tradicionals i tècnics, juntament amb colors neutres i saturats, componen aquesta pròxima col·lecció primavera-estiu 2018, que porta per nom "Essaouira".

Esta temporada primavera-verano 2018 aubergin toma como punto de inspiración el colorido mundo de la cultura marroquí, en concreto el pueblo mariner de Essaouira.

Un total de 24 looks forman la colección; 17 mujer y 7 hombre, entre los cuales se destacan 6 prendas unisex.

Los estampados se han diseñado a partir de la arquitectura moráabe formas vegetales e geométricos, texturas de paredes rugosas, e rayas verticales procedentes de los trajes tradicionales "Chilaba".

Prendas desestructuradas, sastrería masculina; mix de materiales tradicionales, y técnicos, junto con colores neutros y saturados componen esta próxima colección SS2018 bajo el nombre "Essaouira".

*This Spring-Summer 2018 season, Aubergin takes inspiration from the colorful world of Moroccan culture, specifically the fishing village of Essaouira.*

*A total of 24 looks are making up the collection: 17 for women and 7 for men, highlighting 6 of them which are unisex pieces.*

*The prints have been drawn and designed from the inspiration of Mozarabic architecture: organic and geometric forms, rough wall textures and vertical stripes taken from the traditional "Djellaba" costume.*

*Unstructured garments, men's tailoring; a mix of traditional and technical fabrics rendered in neutral and saturated colors make up this forthcoming SS2018 collection under the name "Essaouira".*

# Brain & Beast

28 / 06 / 2017 - 19h

Dissenyador / diseñador / designer:

Àngel Vilda

Marca comercial / commercial brand:

BRAIN & BEAST

T. +34 687 874 746 / 687 874 749

[www.brainandbeast.com](http://www.brainandbeast.com)

[info@brainandbeast.com](mailto:info@brainandbeast.com)



**BRAIN & BEAST**  
BARCELONA

## TRILOGY, VOL. II / LABYRINTH /

Malenconia sense memòria és impossible. cal recordar l'irrecuperable i això es posseeix per mitjà de la seva pèrdua mateixa, entrelaçant dolor i gaudi. La tristesa que produeix recordar-ho retorna el passat al present, tancant a la persona en un laberint sense sortida on només hi ha sentit pel plaure en el record del que va ser i no serà. No hi ha renúncia ni dol, sinó dimissió desitjant l'avenir.

Segons Lacán, l'humor és una disfressa de l'ésser. LABYRINTH és el record malenconiós de l'humor perdut retornat al present de manera necessària per a la perpetuació de la pròpia identitat.

La Melancolía, sin memoria, es imposible. Cabe recordar lo irrecuperable y ello se posee por medio de su pérdida misma, entrelazando dolor y goce. La tristeza que produce recordarlo devuelve el pasado al presente, encerrando a la persona en un laberinto sin salida donde solo hay sentido para el placer en el recuerdo de lo que fue y no será. No hay renuncia ni duelo, sino dimisión deseosa al porvenir.

Según Lacán, el humor es un disfraz del ser. "Labrynth" es el recuerdo melancólico del humor perdido, devuelto al presente de la manera necesaria para la perpetuación de la propia identidad.

*Without memory melancholy is impossible. It is necessary to remember what is lost forever and this is achieved by means of the loss itself, giving rise simultaneously to pain and pleasure. The sadness produced by remembrance brings the past into the present, trapping the person in a maze with no exit where there is only a sense of pleasure in the memory of what was and will not be. There is no renouncement or mourning, but a resignation desirous of the future.*

*According to Lacan, humor is a disguise of being. LABYRINTH is the melancholic memory of lost humor returned to the present in a way necessary for the perpetuation of one's identity.*

# Colmillo de morsa

28 / 06 / 2017 - 12.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Elisabet Vallecillo

Marca comercial / commercial brand:

COLMILLO DE MORSA

[www.colmillodemorsa.com](http://www.colmillodemorsa.com)

[cdm@colmillodemorsa.com](mailto:cdm@colmillodemorsa.com)



**COLMILLODEMORSA**

## PRELUDIS • PRELUDIOS • PRELUDES

La melodia seguia sonant en el meu cap transcorregudes unes hores. Sentia la necessitat d'escollir-la una vegada i una altra però no em sadollava. Mentre sonava vaig començar a sentir curiositat per conèixer-lo, saber de la seva vida per poder entendre quins successos l'havien dotat d'aquella sensibilitat. I de sobte estava allà, assegut davant el seu piano mentre George l'esperava observant-lo. Els imaginava donant llargs passejos per la platja, en el seu típic paisatge nostàlgic, hivernal.

La sensibilitat romàntica de Chopin i la relació amb l'escriptora "George Sand" són el punt de partida. La seva estada d'un hivern a Mallorca ens trasllada a aquest paratge, tan evocador com la seva música.

La melodia seguía sonando en mi cabeza transcurridas unas horas. Sentía la necesidad de escucharla una y otra vez pero no me saciaba. Mientras sonaba empecé a sentir curiosidad por conocerle a él, saber de su vida para poder entender qué sucesos le habían dotado de aquella sensibilidad. Y de repente estaba allí, sentado ante su piano mientras George le esperaba observándole. Los imaginaba dando largos paseos por la playa, en su típico paisaje nostálgico, invernal.

La sensibilidad romántica de Chopin y la relación con la escritora "George Sand" son el punto de partida. Su estancia de un invierno en Mallorca nos traslada a ese paraje, tan evocador como su música.

*The melody kept ringing in my head for hours. I felt the need to listen to it over and over again but I was not satisfied. While it played, I began to be curious to get to know him, to learn about his life and understand what events had endowed him with such acute sensitivity. And suddenly he was there, sitting at his piano while George waited watching him. He imagined them taking long walks on the beach, through the typical nostalgic, winter landscape.*

*Chopin's romantic sensibility and his relationship with the writer George Sand are the starting point. His winter stay in Majorca takes us to that very place, as evocative as his music.*

# Como un pez en el agua

29 / 06 / 2017 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:

Sandra Puig

Marca comercial / commercial brand:

COMO UN PEZ EN EL AGUA

T. +34 649 426 164

[www.comounpezenelagua.com](http://www.comounpezenelagua.com)

[sandra@comounpezenelagua.com](mailto:sandra@comounpezenelagua.com)



COMO UN PEZ  
EN EL AGUA  
SWIMWEAR

## TO BEACH OR NOT TO BEACH

L'estil, el glamur, l'originalitat... són o no són per a la platja? Aquesta temporada les fronteres es difuminen, la llibertat i la creativitat exploten trencant les normes establertes i la moda de bany conquista el carrer. Els temps on les peces de bany només servien per banyar-se s'han acabat. Elegants maillots amb volants, divertits topall estil mexicà, suggerents bralettes de denim,... les formes i tendències més atrevides es combinen en els teus bikinis i banyadors al més pur "Street style".

El estilo, el glamour, la originalidad... ¿son o no son para la playa? Esta temporada las fronteras se difuminan, la libertad y la creatividad explotan rompiendo las normas establecidas. la moda de baño conquista la calle. Los tiempos donde las prendas de baño sólo servían para bañarse se han acabado. Elegantes maillots con volantes, divertidos topes estilo mexicano, sugerentes bralettes de denim,... las formas y tendencias más atrevidas se combinan en tus bikinis y bañadores al más puro "Street style".

*The style, the glamor, the originality ... are they or are they not for the beach? This season borders are blurred, freedom and creativity explode, breaking the established norms. Swimwear fashion conquers the streets. The times where bathing suits were only for swimming are over. Elegant one pieces with flounces, fun Mexican style tops, suggestive denim bralettes ... the most daring shapes and trends are combined in bikinis and swimsuits for you in the purest Street Style.*

# Custo Barcelona

28 / 06 / 2017 - 20.30h

*\*Cal tenir invitació de la marca*

Dissenyador / diseñador / designer:

Custo Dalmau

Marca comercial / commercial brand:

Custo Barcelona

T. +34 933 788 410

[www.custo.com](http://www.custo.com)

[recepcion@custo.com](mailto:recepcion@custo.com)



**CUSTO**  
B A R C E L O N A

## LIGHT YEARS CRUISE

Light Years és la col·lecció per FW17/18 de Custo Barcelona, una homenatge a la individualitat que té els teixits brillants com a fil conductor. La firma presenta diverses sortides de col·lecció Creuer protagonitzades per mini vestits festius.

“Light Years” es la colección para FW17/18 de Custo Barcelona, un homenaje a la individualidad, que tiene los tejidos brillantes como hilo conductor. La firma presenta diversas salidas de colección crucero, protagonizadas por minivestidos festivos.

*“Light Years” is the FW17/18 collection by Custo Barcelona, a tribute to the brightly colored fabrics that form the backbone of their collections. The firm presents different Cruise collection lines featuring mini leisure dresses.*

# Daniel Rosa

26 / 06 / 2017 - 14h

Dissenyador / diseñador / designer:

Daniel Rosa

Marca comercial / commercial brand:

DANIELROSA

T. +34 672 379 361

[www.danielrosa.es](http://www.danielrosa.es)

[info@danielrosa.es](mailto:info@danielrosa.es)



**DANIEL ROSA**

## ARRELS • RAÍCES • ROOTS

La recerca d'entorns lliures, tranquils i amb una gran qualitat paisatgística natural han convertit "Raíces" en una col·lecció que fuig de les metròpolis i del seu engranatge socioeconòmic per aconseguir un referent rural i arrelat a les tradicions artesanals, culturals i socials.

Els principals conceptes d'inspiració de la col·lecció s'obtenen del moviment anomenat *neoruralisme*, que utilitza, en contraposició, els valors de la paraula *rural* contra els valors que envolten el cosmopolitisme. Aspectes que s'han aplicat tant a la tècnica com a l'elecció dels materials de la col·lecció.

La búsqueda de entornos libres, tranquilos y con una gran calidad paisajística natural han convertido Raíces en una colección que huye de las metròpolis, y su engranaje socio-económico, para conseguir un referente rural y arraigado a las tradiciones artesanales, culturales y sociales.

Los principales conceptos de inspiración de la colección se obtienen del denominado movimiento del *neo ruralismo* que utiliza, en contraposición, los valores de la palabra *rural* contra los valores que envuelven el cosmopolitismo. Aspectos antónimos que se han aplicado tanto a la técnica como a la elección de los materiales de la colección.

*The desire to find free, quiet and pristine spots in nature has turned Roots into a collection that flees from the metropolis and its socio-economic trappings, in a quest to find references in the rural; rooted in cultural and social traditions.*

*The main concepts of inspiration of the collection are drawn from the so-called neo-rural movement that espouses the values represented by the word: rural, as opposed to the values embraced by cosmopolitanism. Antagonistic aspects that have been applied to both the couture techniques and the choice of materials in the collection.*

# Elena Estaun

29 / 06 / 2017 - 14h

Dissenyador / diseñador / designer:

Elena Estaun

Marca comercial / commercial brand:

ELENA ESTAUN

T. +34 609 133 234

[www.elenaestaun.com](http://www.elenaestaun.com)

[pr.elenaestaun@gmail.com](mailto:pr.elenaestaun@gmail.com)



## ETHNIC VIBES

Elena Estaun llança una col·lecció inspirada en la metamorfosi de la dona a través del temps. Fusionem les nostres joies amb les peces per crear un nou concepte de *vestimenta joia*. Fem un salt en el temps, des de l'origen de la dona primitiva fins a una dona futurista del Manhattan del 2117.

Reflectim l'adaptació de la dona als canvis històrics amb una mateixa marca i un estil camaleònic, ètnic, urbà i transgressor, i creem, així, un nou concepte d'elegància.

ELENA ESTAUN lanza una colección inspirada en la metamorphosis de la mujer a través del tiempo. Fusionamos nuestras joyas con las prendas para crear un nuevo concepto de *vestimenta joia*. Saltamos en el tiempo desde el origen de la mujer primitiva hasta una mujer futurista del Manhattan del 2117.

Reflejamos la adaptación de la mujer a los cambios históricos con una misma marca y un estilo camaleónico, étnico, urbano y transgresor, creando un nuevo concepto de elegancia.

*Elena Estaun launches a collection inspired by the metamorphosis of women through time. We merge our jewelry with garments to create a new concept of jewelry. We jumped in time from the origin of the primitive woman to a futuristic woman from Manhattan in 2117.*

*We reflect the adaptation of women to historical changes with just one brand and a chameleonic style, ethnic, urban and transgressor, creating a new concept of elegance.*

# Gema Sach

28 / 06 / 2017 - 17.30h

Dissenyador / diseñador / designer:  
Gema Sach

Marca comercial / commercial brand:  
Gema Sach

T. +34 938 808 160

www.gemasach.com  
info@gemasachstudio.com



gema sach

## ECLIPSI • ECLIPSE • ECLIPSE

La versatilitat ha tenyit la nova campanya de Gema Sach.

El vestit llarg no va intrínsecament lligat a la nit, pot ser un company de dia. Els colors no queden limitats a la calor estival, també poden contrastar el nostre armari d'hivern. Tot és possible, mentre una se senti ella mateixa.

Aquesta col·lecció busca trencar els estereotips del vestir, sense perdre de vista les seves màximes; la qualitat i el confort.

Sedes variades, velluts tractats, jocs de teixits engamats.

El nom de la col·lecció "Eclipsi" ve donada per la capacitat de dissenyar unes peces amb personalitat dual, de dia i de nit.

La versatilidad ha teñido la nueva campaña de Gema Sach.

El vestido largo no va intrínsecamente ligado a la noche, puede ser un compañero de día. Los colores no quedan limitados al calor estival, también pueden contrastar nuestro armario de invierno. Todo es posible, mientras una se sienta ella misma.

Esta colección busca romper los estereotipos del vestir, sin perder de vista su máximas; la calidad y el confort.

Sedas variadas, terciopelos tratados, juegos de tejidos engamados.

El nombre de la colección "Eclipse" viene dada por la capacidad de diseñar unas prendas con personalidad dual, de día y de noche.

Versatility Gema Sach's new campaign displays versatility.

The long dress is not intrinsically linked to the night, it can be a companion by day. The colors are not limited to the summer heat, they can also complement our winter wardrobe. Everything is possible, when one is comfortable with oneself.

This collection seeks to break the stereotypes of dressing, without losing sight of its maxims; Quality and comfort.

Varied silks, treated velvets, sets of woven fabrics.

# Guillermina Baeza

27 / 06 / 2017 - 14h

Dissenyador / diseñador / designer:

Guillermina Baeza

Marca comercial / commercial brand:

Guillermina Baeza

T. +34 932 055 760

[www.guillerminabaeza.es](http://www.guillerminabaeza.es)

[product@guillerminabaeza.es](mailto:product@guillerminabaeza.es)



## CAMÍ CAP AL SOL • CAMINO HACIA EL SOL • JOURNEY TO THE SUN

No recordo el meu origen. Vaig oblidar totes les càrregues del passat. Simplement, vaig obrir els ulls i era allà. Potser hi vaig arribar en una ampolla, com els missatges importants.

En una platja verge, la sorra, blanca i tèbia com quan apunta el dia, bressola el meu cos mentre el sol l'acaricia lentament.

L'olor d'una natura exuberant il·lumina el meu cor i l'omple; i m'ajuda a oblidar i a recordar. És estiu, és un somni que rima amb el meu somni.

Hi ha circumstàncies, banyadors, companyies que fan que una obliidi i recordi. Aleshores és estiu al cor i no s'acaba mai.

Un continent ple de contrastos. Natura en estat pur i una cascada en què submergir-me amb el meu banyador de Guillermina, pur plaer...

No recuerdo mi origen. Olvidé todas las cargas del pasado. Simplemente, abrí los ojos y estaba allí. Quizás llegué en una botella, como los mensajes importantes.

En una playa virgen la arena, blanca y tibia como en un amanecer, mece mi cuerpo a la vez que el sol lo acaricia lentamente.

El olor de una exuberante naturaleza ilumina mi corazón y lo colma; y me ayuda a olvidar, y a recordar... es verano, es un sueño que rima con mi sueño.

Hay circunstancias, bañadores, compañías que hacen que una olvide y recuerde. Entonces es verano en el corazón, y no se acaba nunca.

Un continente lleno de contrastes. Naturaleza en estado puro y una cascada donde sumergirme con mi bañador de Guillermina, puro placer...

*I can't remember my origins. I forget all my past troubles. I simply opened my eyes and was there. Perhaps it came in a bottle, like those important messages.*

*On a virgin beach, the sand, white and warm in the dawn, rocked my body while the sun caressed it languidly.*

*The lush smell of nature lights my heart and it overflows, helping me to forget, and remember... it's summer, it's a dream that rhymes with my dream.*

*There are times, swimsuits, company that make you forget and remember. Then it's summer in the heart and it never ends.*

*A continent filled with contrasts. Nature in a pristine state and a waterfall to shower under in my Guillermina swimsuit, pure pleasure...*

# Jnorig

27 / 06 / 2017 - 12.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Javier Giron

Marca comercial / commercial brand:

JNORIG

T. +34 692 365 110

[www.jnorig.es](http://www.jnorig.es)

[javier@jnorig.es](mailto:javier@jnorig.es)



## DOS MONS OPOSATS SS18 • DOS MUNDOS OPUESTOS SS18 • OPPOSING WORLDS SS18

En aquesta col·lecció es barregen dos mons (cultures) i se'n crea un de nou, en el qual es fusionen dues siluetes en un home modern, actual i avantguardista. La influència de la cultura asiàtica i de la de l'Amèrica del Nord en els anys 600-1200 dC, l'estètica dels samurai, dels ninja i dels guerrers indígenes, així com l'occultisme i els seus ritus espirituals, són el punt de partida d'aquesta col·lecció.

Es combinen teixits, talls i símbols, i es creen gràfics en les peces, reflectits mitjançant la manipulació dels teixits i les aplicacions.

En esta colección se mezclan dos mundos(culturas) creando uno nuevo, en la cual se fusionan dos siluetas, en un Hombre moderno actual y vanguardista. La Influencia de la cultura Asiática y la de Norte América en los años 600 – 1200 d.c. La estética de los Samurai, Ninjas y los guerreros Indígenas, así como el ocultismo y sus ritos espirituales son el punto de partida de esta colección.

Se combinan tejidos, cortes, símbolos y se crean gráficos en las prendas que están reflejadas mediante la manipulación de los tejidos y aplicaciones.

*Two worlds (cultures) merge in this collection, creating a new one, in which two silhouettes fuse into one avant-garde modern Man. The Influence of Asian and North American culture of the years 600-1200 A.D. The aesthetics of the Samurai, Ninjas and Indigenous warriors, as well as the occult and its spiritual rites are the starting point of this collection.*

*Fabrics, cuts, symbols combine to create graphics in the garments that are reflected by the manipulation of fabrics and applications.*

# Krizia Robustella

26 / 06 / 2017 - 14h

Dissenyador / diseñador / designer:

Krizia Robustella

Marca comercial / commercial brand:

Krizia Robustella

T. +34 932 682 668

[www.kriziarobustella.com](http://www.kriziarobustella.com)

[kriziarobustella@gmail.com](mailto:kriziarobustella@gmail.com)



## CLASSY THE JUNGLE BROTHERS

És diumenge al matí, fa calor i l'ambient és sec. És dia de vestir-se bé: vestit jaqueta, corbata i barret. "The Jungle Brothers SS2018" és la nova col·lecció de la dissenyadora Krizia Robustella, inspirada en els *sapeurs* del Congo. Dandys del segle XXI, en els quals l'elegància es barreja amb l'*sport* i amb l'*street*. Els estampats, de la mà de la il·lustradora Fatimorri, juntament amb teixits i textures, creen barreges que semblen impossibles. Classe, humor i *hip-hop* en aquesta col·lecció plena de color, que ens transporta a altres cultures i països.

Es domingo por la mañana, hace calor y el ambiente es seco. Es día de vestirse bien: traje-chaqueta, corbata y sombrero. The Jungle Brothers ss 2018 es la nueva colección de la diseñadora Krizia Robustella inspirada en los *Sapeurs* del Congo. Dandys del siglo XXI donde la elegancia se mezcla con el sport y el street. Los estampados de la mano de la ilustradora Fatimorri junto con tejidos y texturas crean mezclas que parecen imposibles. Clase, humor y hip hop en esta colección llena de color que nos transporta a otras culturas y países.

*It's Sunday morning, it's hot and the air is dry. It's a day to dress up: suit, hat and tie. The Jungle Brothers SS 2018 is the designer Krizia Robustella's new collection inspired by le Sape of Congo; twenty-first century dandies who mix elegance with sport and street looks. The graphic art, by the hand of illustrator Fatimorri, and the fabrics and textures create seemingly impossible combinations. Class, humor and hip hop in this collection full of color that transports us to other cultures and countries.*

# Lebor Gabala

27 / 06 / 2017 - 16h

Dissenyador / diseñador / designer:

Maite Muñoz Roy

Marca comercial / commercial brand:

LEBOR GABALA

T. +34 934 234 374

[www.leborgabala.com](http://www.leborgabala.com)

[info@leborgabala.com](mailto:info@leborgabala.com)

## LEBOR GABALA

### SS18 DE SOBTE, ESTIU • SS18 DE REPENTE, VERANO • SS18 SUDDENLY, SUMMER

Entre teles de cotó, lli, viscosa i setí, i georgette de seda, la proposta de Lebor Gabala ens transporta, de sobte, al pròxim estiu. Amb el seu característic estil de superposicions, la profusió d'estampats i cert aire retro, les flors irrompen amb força, en colors vius, silvestres, fràgils o salvatges: les desitja totes.

Vestits senzills, abrigoets de setí, jerseis de finíssimes galgues, samarretes de suau cotó Pima i texans de tall retro de color blau intens. Una urbanita que passa de l'asfalt a la sorra sense preocupació i exprimeix l'estiu en totes les seves versions per no perdre's res.

Entre voile de algodón, lino, viscosa y satén y georgette de seda, la propuesta de LEBOR GABALA nos transporta de repente al próximo verano. Con su marcado estilo de superposiciones, la profusión de estampados y cierto aire retro, las flores irrumpen con fuerza, en vivos colores, silvestres, frágiles o salvajes; las desea todas.

Sencillos vestidos, abriguitos de satén, jerséis de finísimas galgas, camisetas de suave algodón Pima y jeans de corte retro en azul intenso. Una urbanita que pasa del asfalto a la arena sin preocupación y exprime el verano en todas sus versiones para no perderse nada.

*Between cotton voile, linen, viscose and satin and silk georgette, LEBOR GABALA's proposal transports us suddenly to next summer. With their marked style of overlays, the profusion of prints and a certain retro air, the flowers burst forth with force, in vivid colors; wild fragile and untamable. She wants them all!*

*Simple dresses, light satin jackets, fine gauge jumpers, soft pima cotton shirts and retro cut jeans in intense blue. An urbanite that goes from the asphalt to the sand with no caring and makes the most of the summer in all its expressions so as not to miss anything.*

# Little Creative Factory

26 / 06 / 2017 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:

Cristina Fernández

Marca comercial / commercial brand:

Little Creative Factory

T. +34 933 152 161

[www.littlecreativefactory.com](http://www.littlecreativefactory.com)

[contact@littlecreativefactory.com](mailto:contact@littlecreativefactory.com)



**little creative factory**

## DANCERS

La dansa sorgeix de la necessitat de l'ésser humà d'expressar desitjos, sentiments i emocions. El ball és l'esperança i il·lusió per evadir-se d'una realitat i assolir un objectiu. Regnen els colors naturals com el nude o els crema, en contrast amb el negre. Teixits naturals nobles i volàtils com el tul, la reixeta, el cupro, atorguen moviment a les peces. Una fusió entre materials de sempre com el cotó o el lli i la introducció de teixits nous però respectuosos amb el concepte sostenible de la marca, com el cupro o l'etamina. Un joc de volums i textures que conviden a expressar la creativitat.

La danza surge de la necesidad del ser humano de expresar deseos, sentimientos y emociones. El baile es la esperanza y la ilusión para evadirse de una realidad y alcanzar un objetivo. Reinan los colores naturales como el nude o crema, en contraste con el negro. Tejidos naturales nobles y volátiles como el tul, la rejilla, el cupro, otorgan movimiento a las prendas. Una fusión entre materiales de siempre como el algodón o el lino y la introducción de tejidos nuevos pero respetuosos con el concepto sostenible de la marca, como el cupro o la etamina. Un juego de volúmenes y texturas que invitan a expresar la creatividad.

*Dance arises from the human beings' need to express desires, feelings and emotions. Dancing is hope and the dream of escaping reality to achieve a goal. The dominant colors are natural, like nude or cream, contrasted by black. Natural fabrics like sheer fine tulle, gauze and cupro lend ease of movement. A fusion of standard fabrics like cotton or linen, with new ones in line with the brand's concept of sustainability, such as cupro and etamine. A set of volumes and textures that invite you to express creativity.*

# Loa by Lúdia Aguilera

27 / 06 / 2017 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:

Lúdia Aguilera

Marca comercial / commercial brand:

LOA by Lúdia Aguilera

T. +34 935 318 899

[www.loa.eu.com](http://www.loa.eu.com)

[info@loa.eu.com](mailto:info@loa.eu.com)



**LOA**  
BY LÚDIA AGUILERA

## MYANMAR

Jossie Bliss és la gran amant sense veu, aquella que va i ve en el món poètic de Neruda i nodreix les fantasies orientals. Tenia la pell fosca, els peus petits, adornava els seus pentinats amb flors grogues, vestia de blanc, portava anelles als dits i a la boca i fumava grans cigars.

Ens traslладem a la Birmània colonial de 1928 guiats per Neruda, per fusionar la inspiració i el vestuari amb les tendències actuals.

Jossie Bliss es la gran amante sin voz, aquella que va y viene el mundo poético de Neruda y nutre las fantasías orientales. Era de piel oscura, pie pequeño, adornaba sus peinados con flores amarillas, vestía de blanco, llevaba anillos en los dedos y la boca y fumaba grandes cigarros.

Nos trasladamos a la Birmania Colonial de 1928 de la mano de Neruda para fusionar la inspiración y vestuario con las tendencias actuales.

*Jossie Bliss is the legendary silent lover, that one that comes and goes and nurtures oriental fantasies in the poetic works of Pablo Neruda. She of sallow skin, of petite foot, who adorned her hair with yellow flowers and dressed in white, wore rings on her fingers and in her lips and smoked large cigars.*

*We move to Colonial Burma in 1928, guided by Neruda to fuse our inspiration and costumes with the most current trends.*

# Maria Roch

28 / 06 / 2017 - 16h

Dissenyador / diseñador / designer:

Maria Roch

Marca comercial / commercial brand:

MARIAROCH

T. +34 600 731 561

[www.mariaroch.com](http://www.mariaroch.com)

[maria@mariaroch.com](mailto:maria@mariaroch.com)



**MariaRoch**

## FW17

El *kintsugi* és l'art de reparar la ceràmica amb or i plata, ajuntant les peces i entenent que la peça és més bella per haver-se trencat. Es tracta d'una filosofia japonesa que planteja que les ruptures i les reparacions formen part de la història, i que aquestes han de mostrar-se en lloc d'ocultar-se per embellir l'objecte i mostrar la seva transformació.

FW17 és una col·lecció intimista, influenciada per la cultura japonesa. Pretén mostrar que la bellesa de les "imperfeccions" de cada dona són part de la seva història, la seva evolució i de la seva personalitat i això les converteix en belles i úniques.

Els colors amb paleta brillant recorden els colors predominants als antics dibuixos japonesos.

Kintsugi es el acto de reparar cerámica con oro y plata, juntando las piezas y entendiendo que la pieza es más bella por haberse roto. Se trata de una filosofía japonesa que plantea que las roturas y reparaciones forman parte de la historia y que estas deben mostrarse en lugar de ocultarse para embellecer el objeto y mostrar su transformación.

FW17 es una colección intimista influenciada por la cultura japonesa. Pretende mostrar como la belleza de las "imperfecciones" de cada mujer son parte de su historia, su evolución y su personalidad y eso es lo que las convierten en bellas y únicas.

Los colores con paleta brillante recordando a colores predominantes de los antiguos dibujos japoneses.

*Kintsugi is the act of repairing ceramics with gold and silver, putting the pieces back together and understanding that the piece is more beautiful after being broken. It is a Japanese philosophy that states that breakages and repairs are part of history and that these should be shown instead of hidden, to beautify the object and show its transformation.*

*FW17 is an intimate collection influenced by Japanese culture. It aims to show how the beauty of each woman's "imperfections" is part of their history, their evolution and their personality and that that is what makes them beautiful and unique.*

*The colors use a bright palette, reminiscent of the predominant colors in old Japanese paintings.*

# Mietis

27 / 06 / 2017 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:

Maria Fontanellas Boix

Marca comercial / commercial brand:

MIETIS

T. +34 938 047 087

[www.mietistudio.com](http://www.mietistudio.com)

[info@mietistudio.com](mailto:info@mietistudio.com) / [press@mietistudio.com](mailto:press@mietistudio.com)



MIETIS

## COSMIC CINDERELLA

La col·lecció SS2018 composta per dissenys que troben fortes i definides referències als mons de la fantasia, el cinema, el futurisme i el motor.

Els jocs de volums fets amb pell donen força a la fragilitat i delicadesa de la nostra *Cosmic Cinderella*.

La bellesa idealitzada convergeix així amb influències desenfadades pròpies de les *Flappers* dels anys 20.

Les línies futuristes són presents a través d'una influència directe de l'arquitectura, el disseny del *Palais Bulle* de Pierre Cardin i el disseny dels anys 60.

D'una forma molt especial, es fa homenatge al món del motor amb les jaquetes i els pantalons.

MIETIS uneix diferents mons al llarg de la col·lecció amb harmonia.

La colección SS 2018 se compone por diseños que encuentran fuertes y definidas referencias en los mundos de la fantasía, el cine, el futurismo y el motor.

Juegos de volúmenes realizados en piel dan fuerza a la fragilidad y delicadeza de nuestra *Cosmic Cinderella*.

La belleza idealizada converge así con influencias desenfadadas propias de las *Flappers* de los años 20.

Las líneas futuristas son presentes mediante una influencia directa de la arquitectura, los diseños del *Palais Bulle* de Pierre Cardin y el diseño de los años 60.

De una forma muy especial, la colección homenajea al mundo del motor a través de las cazadoras moteras y los pantalones.

A través de esta colección, MIETIS consigue unificar distintos universos en armonía.

*The SS2018 collection designs take fantasy, movies, futurism and motor worlds as strong references to get inspiration from.*

*Leather-crafted volumes contrast the fragility and delicateness from our *Cosmic Cinderella*.*

*Mythicised beauty meets light-hearted influences from the 20s era where flappers are in the spotlight.*

*The silhouettes meet the futuristic sphere thanks to the Architecture world. This can be seen in a compilation of pieces influenced by locations such as *Pierre Cardin's Palais Bulle* and lines through 60s designs.*

*The collection also pays homage to the motor world, which is also present in pieces such as biker jackets and trousers.*

*MIETIS gets to unify different universes through this collection.*

# Miquel Suay

26 / 06 / 2017 - 16h

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

General:  
info@miquelsuay.com  
Comunicació:  
jesus.andres@miquelsuay.com

T. +34 963 529 053

www.miquelsuay.com



  
MIQUELSUAY

## CORATGE • CORAJE • COURAGE

CORATGE és la disposició amb la qual cor i ànima s'enfronten als reptes, és la fermesa davant el perill i les dificultats. Significa valor, valentia i esforç. És la condició *sine qua non* per transcendir.

Els Borgia, la saga valenciana més influent de tots els temps, són exemple d'aquesta determinació. Per sobre de la seva llegenda negra, Lucrecia, Calixto, Alejandro i els seus van impulsar als majors genis del Renaixement: Miguel Àngel, Tiziano, Leonardo... El seu llegat és universal.

Miquel Suay reivindica aquest mecenatge i la petjada Borgia a les ciutats que van marcar el seu pas a la Història: Xàtiva, Gandia i València. Aquesta és una proposta d'avantguarda que emana del classicisme.

Coratge es la disposición con la que corazón y alma se enfrentan a los retos, es la firmeza ante el peligro y las dificultades. Significa valor, valentía y esfuerzo. Es la condición *sine qua non* para trascender.

Los Borgia, la saga valenciana más influyente de todos los tiempos, son ejemplo de esa determinación. Por encima de su leyenda negra, Lucrecia, Calixto, Alejandro y los suyos impulsaron a los mayores genios del Renacimiento: Miguel Ángel, Tiziano, Leonardo... Su legado es universal.

Miquel Suay reivindica este mecenazgo y la huella de los Borgia en las ciudades que marcaron su paso por la historia: Xàtiva, Gandia y Valencia. Esta es una propuesta de vanguardia que emana del clasicismo.

*Coratge (Courage), is the disposition with which the heart and soul face challenges, the firmness in the face of danger and difficulties. It means valor, courage and effort. It is the sine qua non condition of transcendence.*

*The Borgias, the most influential Valencian dynasty of all time, are an example of that determination. Beyond their shadowy legend, Lucrezia, Callixtus, Alejandro and their court were patrons of the greatest geniuses of the Renaissance: Michelangelo, Titian, Leonardo ... Their legacy is universal.*

*Miquel Suay defends this patronage and the imprint the Borgias left on the cities that marked their passage through History: Xàtiva, Gandia and València. This is an avant-garde proposal emanating from classicism.*

# Miriam Ponsa

27 / 06 / 2017 - 19h

Dissenyador / diseñador / designer:

Miriam Ponsa

Marca comercial / commercial brand:

Miriam Ponsa

T. +34 938 721 758

[www.miriamponsa.com](http://www.miriamponsa.com)

[info@miriamponsa.com](mailto:info@miriamponsa.com)



MIRIAM PONSA

LES DONES DEL MAR • THE SEA WOMEN

SS18

# Oscarleon

26 / 06 / 2017 - 17.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Oscar Leon

Marca comercial / commercial brand:

OSCARLEON

[www.oscarleon.com](http://www.oscarleon.com)

[info@oscarleon.com](mailto:info@oscarleon.com)



## OSCARLEON

### LOVE SMELLS LIKE A ROSE

Si no inverteixes temps en alguna cosa que et pugui trencar, no et trencarà mai...

Si no inviertes tiempo en algo que te pueda romper, no te romperá nunca...

*If you don't spend time on things that can break you, nothing will ever break...*

# Pablo Erroz

27 / 06 / 2017 - 12.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Pablo Erroz

Marca comercial / commercial brand:

Pablo Erroz

T. +34 630 024 753

www.pabloerroz.com

pabloerroz@gmail.com



**PABLO ERROZ**  
Est. 2012

SS18  
A HISTORY IN BARBADOS

## LEAVE TO LIVE

Barbados, any 2000. Un grup d'amics creatius busquen escapar dels estereotips a través d'unes eixelebrades vacances, plenes de color, frenesí i èxtasi. Una simbiosi entre realitat i ficció, fugint de les normes i embarcant-se en aventures que els ajuden a escapar entre palmeres, ones del mar i un món ple de color, donant cabuda a tot tipus de mescles i excèntricitats vàries que alimenten una apassionada creativitat així com una ona a la vida lliure i sense prejudicis, lluny dels estereotips diaris, buits d'estímul que els permetin créixer professional i personalment.

Teixits: denim, pell, cotó, lamé, rasos.

Prints: serp, palmeres, ratlles.

Color: soft beix, dark pink, off white, pirate black, navy.

Barbados, año 2000. Un grupo de amigos creativos buscan escapar de los estereotipos a través de unas alocadas vacaciones, llenas de color, frenesí y éxtasis. Una simbiosis entre realidad y ficción, huyendo de las normas y embarcándose en aventuras que les ayudan a escapar entre palmeras, olas del mar y un mundo lleno de color, dando cabida a todo tipo de mezclas y excéntricidades varias que alimentan una apasionada creatividad así como una ola a la vida libre y sin prejuicios, lejos de los estereotipos diarios, vacíos de estímulos que les permitan crecer profesional y personalmente.

Tejidos: denim, napa, algodón, lamé, rasos.

Prints: snake, palmeras, rayas.

Colors: soft beige, dark pink, off white, pirate black, navy.

Barbados, year 2000. A group of creative friends seeks to escape the humdrum on a crazy holiday, full of color, frenzy and ecstasy. A symbiosis between reality and fiction, bending the rules and embarking on adventures that help them escape between palm trees, the waves of the ocean and a world full of color, accommodating all kinds of mixtures and numerous eccentricities that feed a passionate creativity as well a wave of free life without prejudices, far away from the usual stereotypes, far away from the usual stimuli, allowing them to grow professionally and personally.

Fabrics: denim, nappa, cotton, lamé, satin.

Prints: snakes, palm trees, stripes.

Colors: soft beige, dark pink, off white, pirate black, navy blue.

# Pilar del Campo

28 / 06 / 2017 - 11h

Dissenyador / diseñador / designer:

Pilar del Campo

Marca comercial / commercial brand:

PILAR DEL CAMPO

T. +34 686 570 164

[www.pilardelcampo.com](http://www.pilardelcampo.com)

[pdelcampolavilla@gmail.com](mailto:pdelcampolavilla@gmail.com)



## NOUVEAU

El concepte de canvi significa “desprendre’s d’una cosa i rebre’n o agafar-ne una altra en lloc d’aquesta”. Actualment, el canvi en què vivim és constant, i més si ens referim a la moda i a les tendències. La col·lecció primavera-estiu 2018, “Nouveau”, està inspirada en el canvi sofert, sobretot en el món de les arts, entre els segles XIX i XX, a causa del moviment de l’Art Nouveau, i més específicament del Modernisme català.

“Nouveau” se centra pràcticament en un look urbà, en què la part estètica té una importància vital. Els volums, les formes ondulades i, per suposat, la natura, són alguns dels conceptes que defineixen la col·lecció de la propera temporada.

El concepto de cambio significa “Desprenderse de una cosa y recibir o tomar otra en su lugar”. En la actualidad el cambio en el que vivimos es constante, y más si nos referimos a la moda y a las tendencias. La colección S/S 2018 “Nouveau” viene inspirada del cambio que se sufrió, sobre todo en el mundo de las artes, entre los siglos XIX y XX debido al movimiento “Art Nouveau” y más específicamente al Modernismo Catalán.

“Nouveau” se centra prácticamente en un look urbano donde la parte estética cobra vital importancia. Los volúmenes, las formas onduladas y, como no, la naturaleza, son parte de los conceptos que definen la colección de la próxima temporada.

*The concept of change means “to get rid of one thing and receive or take another in its place”. We live in times of constant change, and ever more so if we refer to fashion and trends. The S / S 2018 “Nouveau” collection is inspired by the changes that took place, especially in the world of the arts, between the 19th and 20th centuries due to the Art Nouveau movement and more specifically to Catalan Modernism.*

*“Nouveau” is practically centered on an urban look where the aesthetic plays a vitally important role. Volumes, wavy forms and, of course, nature, are some of the concepts that define next season’s collection.*

# Sweet Matitos

29 / 06 / 2017 - 20.30h

Marca comercial / commercial brand:  
SWEET MATITOS

www.sweetmatitos.com  
info@vitaminacp.com

T. +34 937 979 598



SWEET MATITOS

## SWEET LIFE

La col·lecció primavera-estiu 2018 s'inspira en el romanticisme, en la pau, en la natura i en la família. Tots aquests elements són representats en cadascuna de les seves peces.

"Romantic Beauty": teixits fluidos, com la bambula i la seda, en estampats romàntics i brodats florals de tons suaus.

"Serenity": tons granats i beixos, inspirats en la pau que ens aporta el contacte amb la terra. I blaus que reflecteixen la serenitat del mar.

"Nature Lover": la bambula i el crepe abracen els verds de diferents tonalitats i els estampats "jungla" es barregen amb tons dolços. El luxe l'aporten els detalls de pedreria.

"Heritage": tuls brodats i crepès blancs, negres i daurats combinen a la perfecció i donen majestuositat a les peces.

La colección de PV18 se inspira en el romanticismo, la paz, la naturaleza y la familia. Todas ellas representadas en cada una de sus piezas.

"Romantic Beauty": Tejidos fluidos como la bambula y la seda en románticos estampados y bordados florales en tonos suaves.

"Serenity": Tonos granates y beige, inspirados en la paz que nos aporta el contacto con la tierra. Y azules que reflejan la serenidad del mar.

"Nature Lover": La bambula y el crepe abrazan los verdes en diferentes tonalidades y los estampados jungla se mezclan con tonos dulces. El lujo lo aportan los detalles en pedrería.

"Heritage": Tules bordados y crepes en blanco, negro y dorado combinan a la perfección y dan majestuosidad a las piezas.

The SS18 collection is inspired by romanticism, peace, nature and family. All of these are represented in each of their pieces.

"Romantic Beauty": Flowing fabrics like bambula and silk with romantic prints and floral embroidery all in soft colors.

"Serenity": Maroon and beige tones inspired by the peace that contact with the earth provides us. And blues, which reflects the serenity of the sea.

"Nature Lover": Bambula and crepe embrace different shades of greens and jungle prints are mixed in with sweet tones. Luxury is provided by the details in rhinestones.

"Heritage": Embroidered tulle and crepe in white, black and gold combine perfectly and give majesty to the pieces.

# Txell Miras

27 / 06 / 2017 - 17.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Txell Miras

Marca comercial / commercial brand:

TXELL MIRAS

T. +34 610 422 016

[www.txellmiras.eu](http://www.txellmiras.eu)

[ivan@txellmiras.eu](mailto:ivan@txellmiras.eu)



## ‘ROCOCONT’

Un rococó modernitzat, un excés mesurat, simplicitat, abús. Juxtaposicions de teixits carregats, com jacquards, entapissats i prisats, combinats amb llisos, com lycres, modals o neoprè. Volums exagerats i siluetes adherides al cos. Sobre ornamentació dins d'un disseny contemporani. Elements moderns, com cremalleres, combinats amb passamaneria barroca. Siluetes allargades amb butxaques exagerades, símbol de masculinitat, en llocs atípics per emfatitzar i fracturar la silueta allargada, tirants descontextualitzats que serveixen de punts de subjecció i punts de fuga. Desconstrucció, jocs entre l'interior i l'exterior.

Colors: negres amb textures, grisos, blaus elèctrics i blancs.

Un rococó modernizado, un exceso moderado, simplicidad, abuso. Yuxtaposiciones de tejidos cargados, como jacquards, tapizados y plisados, combinados con lisos como licras, modales o neopreno. Volúmenes exagerados y siluetas adheridas al cuerpo. Sobre ornamentación dentro de un diseño contemporáneo. Elementos modernos, como cremalleras, combinados con pasamanería barroca. Silueas alargadas con bolsillos exagerados, símbolo de masculinidad, en lugares atípicos para enfatizar y fracturar la silueta alargada, tirantes descontextualizados que sirven de puntos de sujeción y de puntos de fuga. Deconstrucción, juegos entre el interior y el exterior.

Colores: negros con texturas, grises, azules eléctricos y blancos.

*A contemporary rococo, a calculated excess, simplicity, over the top. Ornate textiles like Jacquards, upholstery like cloth and pleated fabric juxtapose smooth fabrics like lycra, modal or neoprene. Exaggerated volumes and silhouettes and body hugging lines. An over-ornamentation within a contemporary design. Modern elements such as zippers, combined with baroque trimmings. Elongated silhouettes, exaggerated pockets-symbols of masculinity; atypically placed pockets to break up and emphasize the elongated silhouettes; strapping that serve as decontextualized mounting points and visual vanishing points. Deconstruction, playing with interior and exterior,*

*Colors: textured blacks, grays, electric blues and whites.*

# Bcn Brand

30 / 06 / 2017 - 12.30h

Dissenyador / diseñador / designer:

Pablo Caralps

Marca comercial / commercial brand:

BCN BRAND

T. +34 932 019 022

[www.bcnbrand.com](http://www.bcnbrand.com)

[info@bcnbrand.com](mailto:info@bcnbrand.com)



## EMOTION

"Emotion". Emoció és el que a BCN Brand sentim per Barcelona i el que volem provocar, amb la nostra nova col·lecció, a tot aquell que hi vulgui participar i deixar-se portar. Volem captar l'atenció i no deixar ningú impassible, estimular... Busquem arribar a les emocions de tots aquells que la vegin, canviar el seu estat d'ànim i, per què no, sobresaltar!

Emotion. Emoción es lo que en BCN Brand sentimos por Barcelona y lo que queremos provocar con nuestra nueva colección a todo aquel que quiera participar y dejarse llevar. Queremos captar la atención, no dejando a nadie impassible, estimular... buscamos llegar a las emociones de todos aquellos que la vean, cambiando su estado de ánimo y por qué no, sobresaltar!

*Excitement!! Excitement is what BCN Brand feels for Barcelona and what we want to infect to anyone who wants to participate in our new collection and just let themselves go. We want to catch the attention, get a reaction, stimulate ... our mission is to reach the feelings of everyone who sees us, change their mood and, why not? Startle them!*

# Boboli

26 / 06 / 2017 - 12.30h

Marca comercial / commercial brand:  
Boboli

T. +34 937 982 000

F. +34 937 980 500

[www.boboli.es](http://www.boboli.es)  
[startextil@boboli.es](mailto:startextil@boboli.es)



## ENCHANTED FOREST

Aquest any, Boboli presenta la seva col·lecció tardor-hivern 2017 dins d'un bosc encantat. Amb la màgia de les fades i els animals, presenta una col·lecció hivernal però alegre, en la qual els teixits i els estampats abriguen els nens i els protegeixen del fred del bosc. Amb una proposta més de moda, aquesta temporada presentem peces clau, com la faldilla, els pantalons de campana i textures més gruixudes i càlides. Una vegada més, Boboli proposa el "see-now, buy-now" perquè puguis comprar, des de la mateixa passarel·la, els conjunts que més t'agradin.

Este año, boboli presenta su colección Otoño-Invierno 2017 dentro de un bosque encantado. Con la magia de las hadas y los animales, presentamos una colección invernal pero alegre, en la que los tejidos y los estampados arropan a los niños y los protegen del frío del bosque. Con una propuesta más de moda, esta temporada presentamos prendas clave como la falda, el pantalón campana y texturas más gruesas y cálidas. Una vez más, boboli te propone "See-Now-Buy-Now" para que puedas comprar desde la misma pasarela los conjuntos que más te gusten.

*This year, Boboli presents its Fall-Winter 2017 collection in an enchanted forest. With the magic of fairies and animals, they present a winter-ready, cheerful collection, which fabrics and prints cover children and protect them from the forest cold. With a more fashionable proposal, this season they present key items such as skirts, bell-bottom trousers and thicker warmer textures. Once again, Boboli presents in a "see now, buy now" format so that you can buy the sets you like hot off the catwalk.*

# ES Collection

30 / 06 / 2017 - 12.30h

Dissenyador / diseñador / designer:  
Carmen Monforte Conde

Marca comercial / commercial brand:  
ES COLLECTION

T. +34 933 091 185

www.escollection.es  
hector@escollection.es



JCK010  
TROPICAL SHEETS JACKET  
POLYESTER 60% 40% CO

ES 1906  
CONTRAST WAIST BRIEF  
COMBI TROPICAL SHEETS  
80%PA 20%ELAST

• **ES** •  
collection

• **ES** •  
collection

## TROPIK GLITCH

Presenta una col·lecció inspirada en la bellesa tropical de la selva amazònica com a ecosistema ple de vida. Per això aquesta nova col·lecció és una explosió de sentits i juga amb la intensitat dels colors i amb els teixits.

La tendència *glitch* permet desenvolupar un altre concepte d'expressió artística, que es tradueix en una espècie d'"error" visual i que dona un toc digital a les peces. El resultat és una visió molt actual dels estampats tropicals.

Tots aquests elements es reflecteixen en una col·lecció en què els jocs de volums i de textures creen peces de gran adaptabilitat, que, juntament amb la intensitat dels colors, donen com a resultat una col·lecció fresca, actual i molt elegant.

Presentamos una colección inspirada en la belleza tropical de la Selva Amazónica como ecosistema lleno de vida. Por eso, esta nueva colección es una explosión de sentidos, jugando con la intensidad de los colores y los tejidos.

La tendencia Glitch nos permite desarrollar otro concepto de expresión artística que se traduce en una especie de "error" visual, dando un toque digital a las prendas, el resultado es una visión muy actual de los estampados tropicales.

Todos estos elementos se reflejan en una colección en la que el juego de volúmenes y texturas crean prendas de gran adaptabilidad, que junto a la intensidad de los colores, dan como resultado una colección fresca, actual y muy elegante.

*They present a collection inspired by the tropical beauty of the Amazon Rainforest, an ecosystem teeming with life. The result is a jolt to the senses that plays with the intensity of both colors and fabrics.*

*The Glitch trend allows to develop a new concept of artistic expression that gives rise to a kind of visual "error", giving a digital touch to the garments, the outcome is a very up-to-date vision of tropical prints.*

*All these elements are reflected in a collection in which the interplay of volumes and textures creates garments of great adaptability, which together with the intensity of the colors, have produced a fresh, modern and very elegant collection.*

# Escorpion Studio Barcelona

28 / 06 / 2017 - 14h

Marca comercial / commercial brand:  
ESCORPION STUDIO BARCELONA

T. +34 938 030 600

www.escorpion.com  
info@escorpion.com



ESCORPION  
STUDIO  
BARCELONA

## WONDERLAND

Escorpion Studio Barcelona s'en-  
dinsa en el món oníric dels boscos  
encantats a "Wonderland", la seva  
proposta per a la tardor-hivern  
2017/2018. Una història de conte  
i de misteri que ens presenta una  
dona que es mou sense por entre  
dos mons, el de la llum i el de la  
foscor. Les transparències juguen  
amb el tul, jacquards i textures  
sorprenents. Un conjunt de colors  
de tardor, des dels crus, els grisos,  
els negres i els verds, fins a una  
sensació de colors vius, com els  
taronges, els blaus, els vermells  
i els grocs, que acompanyen una  
col·lecció màgica.

Escorpion Studio Barcelona se  
adentra en el mundo onírico de los  
bosques encantados en 'Wonder-  
land', su nueva propuesta para Fall  
Winter 2017/2018. Una historia de  
cuento y misterio que nos presenta  
a una mujer que se mueve sin miedo  
entre dos mundos, el de la luz y la  
oscuridad. Las transparencias jue-  
gan con el tul, jacquars y texturas  
sorprendentes.. Un conjunto de  
colores otoñales, desde los crudos,  
grises, negros y verdes, hasta una  
sensación de colores vivos, como  
los naranjas, azules, rojos y ama-  
rillos, acompañan una colección  
mágica.

*Escorpion Studio Barcelona winds  
its way into the dream world of  
enchanted forests in 'Wonder-  
land', its new proposal for Fall/  
Winter 2017/2018. A story replete  
of fairytales and mystery whose  
main character is a woman who  
moves between the worlds of light  
and darkness without a trace of  
fear. Transparencies play with tulle,  
jacquards and surprising textures.  
A set of autumnal colors, from raw,  
gray, black and green, to a sensation  
of bright colors, such as oranges,  
blues, reds and yellows, bring a  
magical collection to life.*

# Lola Casademunt

30 / 06 / 2017 - 14h

Marca comercial / commercial brand:  
LOLA CASADEMUNT

T. +34 938 793 938

[www.lolacasademunt.com](http://www.lolacasademunt.com)  
[info@lolacasademunt.com](mailto:info@lolacasademunt.com)



LOLA CASADEMUNT

Col·lecció · Colección · Collection

## GRAND HOTEL

Col·lecció inspirada en el glamour dels Grans Hotels a l'estiu, els romàntics passadissos adornats amb flors reflectits en els tons roses enpolvats que es barregen amb beiges i el vermell.

La gama de tons vius es basa en els seus salons de té, amb deliciosos pastissos de color maduixa, llimona y verd.

Les vistes a la costa de la Riviera i el Mediterrani ens aporten la gama de blaus. Els colors especials del capvespre abans de que el sol s'amagui.

La llum del sol ens porta un blanc pur ple de textures. A les nits, els salons s'il·luminen de llum de canelobres i els hostes es preparen per les festes als jardins, a on brillaran les pedreries i brodats.

Colección inspirada en el glamur de los grandes hoteles en verano: los románticos pasillos con flores reflejados en los tonos rosas empolvados que se mezclan con el beige y el rojo.

La gama de tonos vivos se basa en sus salones de té, con deliciosos pastelitos de color fresa, limón y verde.

Las visitas a la costa de la Riviera y el Mediterráneo nos aportan la gama de azules. Los colores especiales del atardecer antes de que el sol se esconda.

La luz del sol nos aporta un blanco puro lleno de texturas. Por las noches, los salones se iluminan de candelabros y los huéspedes se preparan para las fiestas en los jardines donde brillarán las pedrerías y los bordados.

*A collection inspired by the grand hotels glamour in the summer, the romantic passageways adorned with flowers reflected in pastel pinks are mixed with beige and red.*

*The range of bright colors based on their tea rooms with delicious cakes colored strawberry, lemon and green.*

*The views over the coast of the Riviera and the Mediterranean will provide a range of blues. The spicy colors of the evening before the sun slides below the horizon.*

*Sunlight brings a pure white full of textures. At night, the ball rooms are illuminated by chandeliers and the guests prepare for the soiree in the gardens, where precious stones and embroidery sparkle.*

MARQUES · MARCAS · BRANDS

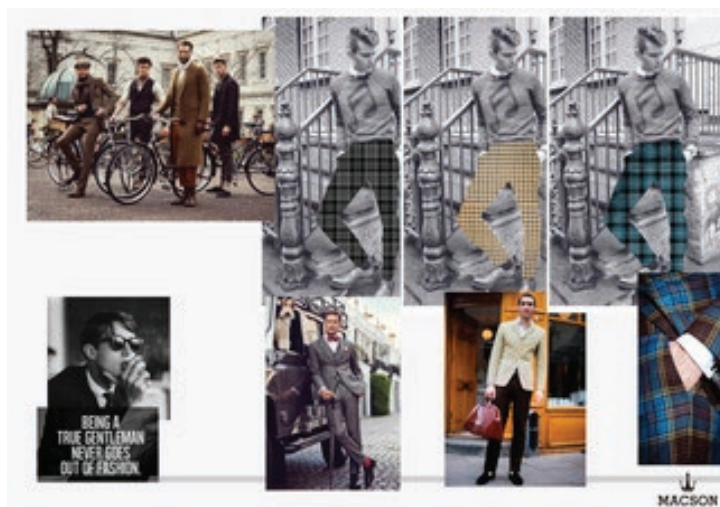
# Macson

26 / 06 / 2017 - 20:30h

Marca comercial / commercial brand:  
MACSON

www.macson.es  
comunicacion@macson.es

T. +34 932 378 686



## THE LAST EXIT

Per commemorar el 75è aniversari de Macson, tornem a la nostra essència d'inspiració britànica i del nostre 'expertise' tradicional i contemporani. Siluetes que combinen estampats de príncep de gales, tartan, rombes pel dia, siluetes fosques i elegants per la nit.

Para conmemorar el 75º aniversario de Macson volvemos a nuestra esencia de inspiración británica y a nuestro *expertise* tradicional y contemporáneo. Siluetas que combinan estampados de príncipe de gales, tartán y rombos para el día, y siluetas oscuras y elegantes para la noche.

*To commemorate Macson's 75th anniversary, we go back to our British-inspired essence and our traditional and at the same time contemporary expertise. Silhouettes combining Prince of Wales check, tartan, argyle by day, and dark elegant silhouettes by night.*

# Naulover

29 / 06 / 2017 - 19h

Dissenyador / diseñador / designer:

Carme Noguera

Marca comercial / commercial brand:

NAULOVER

T. +34 934 877 318

[www.naulover.com](http://www.naulover.com)

[naulover@naulover.com](mailto:naulover@naulover.com)

# Naulover

## 1957

### DARK LIDO

Flors, ratlles, rodonetes... El

Lido dels anys 20, revisitat d'una manera moderna. Grans volums, maquillatge extravagant, cares molt maquillades... Sedes, punts llisos i amb relleu, grans espatlles per a un Lido del nou segle, barreja de textures i teixits, amb la tradició de Naulover.

Flores, rayas, lunares....el lido de los años 20, revisitado de una manera moderna, grandes volúmenes, maquillaje extravagante, caras muy maquilladas,....sedas, puntos lisos y con relieve, grandes hombros para un lido del nuevo siglo, mezcla de texturas y tejidos, con la tradición de Naulover.

*Flowers, stripes, polka dots....*

*the Lido of the 1920s, revisited in a modern way- large volumes, extravagant makeup, over-painted faces, ... silks, sheer and embossed knitwear, exaggerated shoulders for the Lido of the new century, blend of textures and fabrics, all in the Naulover tradition.*

# Punto Blanco

29 / 06 / 2017 - 12.30h

Marca comercial / commercial brand:  
PUNTO BLANCO

T. +34 938 035 252

[www.puntoblanco.com](http://www.puntoblanco.com)  
[info@puntoblanco.com](mailto:info@puntoblanco.com)



## NAUGHTY SS18

Col·lecció *aquawear* SS18 inspirada en els anys 90 i en el seu estil més urbà. Blocs de color i estampats descarats amb un llenguatge directe comparteixen espai per afavorir un eslògan més honest. Aquesta és una tendència clau per a les tribus emergents. Les peces retro aporten una actitud moderna i rebel, redissenyades amb una paleta de colors bàsics i frescos.

Colección *Aquawear* SS18 inspirada en los años 90 y su estilo más urbano. Bloques de color y estampados descarados con un lenguaje directo comparten espacio para favorecer un eslogan más honesto, esta es una tendencia clave para las tribus emergentes. Las prendas retro aportan una actitud moderna y rebelde, rediseñadas con una paleta de colores básicos y frescos.

*The Aquawear SS18 collection is inspired on the most urban 90s style. Blocks of color and shameless prints with a brash message share space to put forth a more honest slogan; this is a key trend for emerging tribes. Retro garments lend a modern rebellious attitude, redesigned with a palette of fresh primal colors.*

# Red Point

30 / 06 / 2017 - 11h

Marca comercial / commercial brand:  
REDPOINT

T. +34 972 830 249

[www.redpoint.es](http://www.redpoint.es)  
[redpoint@redpoint.es](mailto:redpoint@redpoint.es)



## RED POINT

**MEDITERRANI, UNIÓ DE CULTURES** •

**MEDITERRÁNEO, UNIÓN DE CULTURAS** •

**MEDITERRANEAN, MÉLANGE OF CULTURES**

Una visió que reflecteix com han influenciat a la dona, les distintes civilitzacions que han poblat les diferents illes a través de la història.

Un passeig per Sicília, Còrsega, Eivissa, Rodes o Xipre, de la mà dels grecs, fenicis, cartaginesos i romans.

Una visión que refleja cómo han influenciado a la mujer las distintas civilizaciones que han poblado las diferentes islas a través de la historia.

Un paseo por Sicilia, Córcega, Ibiza, Rodas o Chipre, de la mano de los griegos, los fenicios, los cartagineses y los romanos.

*A vision that reflects how women have influenced the different civilizations that have inhabited the islands over the course of history.*

*A journey through Sicily, Corsica, Ibiza, Rhodes and Cyprus, at the hands of the Greeks, Phoenicians, Carthaginians and Romans.*

# Torras

29 / 06 / 2017 - 17:30h

Marca comercial / commercial brand:  
TORRAS

T. +34 938 627 533

www.torras.com  
info@torras.com



## TORRAS

### BEAT GENERATION

La *Beat Generation* va ser un moviment inicialment literari dels 50 als E.U.A. Representa l'amor pel jazz i els cafès, el rebuig cap a la societat clàssica americana, la llibertat i la sensibilitat cap a la filosofia oriental. La seva estètica va ser adoptada pels joves a finals dels 50 i va suposar una rebel·lió i el naixement del moviment *hippie*.

Per a Torras ha estat una font d'inspiració, n'extraïem l'inconformisme, la llibertat i una estètica on la jaqueta de cuir agafa un protagonisme únic. La nostra col·lecció beu de colors foscos i durs, de materials nobles, autèntics i d'un caràcter masculí. Busca créixer en un inconformisme que ens permet ser únics i reconeixibles.

La *Beat Generation* fue un movimiento inicialmente literario de la década de los 50 en los Estados Unidos. Los que formaban parte de ella tenían en común el amor por el jazz y por los cafés, un rechazo hacia la sociedad clásica americana, libertad sexual y en el uso de las drogas, y sensibilidad hacia la filosofía oriental. Su estética fue adoptada por lo jóvenes a finales de la década de los 50, y supuso una rebelión y el nacimiento de lo que más tarde sería el movimiento *hippie*.

Para Torras ha sido una fuente de inspiración en lo que respecta a la estética, de la que extraemos el inconformismo, la libertad, la ruptura con lo que está establecido y una estética en la que la chaqueta de cuero adquiere un protagonismo único. Nuestra colección bebe de colores oscuros y duros, de materiales nobles, auténticos, y de una estética marcadamente masculina. Busca crecer en un inconformismo que nos permite ser únicos y reconocibles.

*The Beat Generation was initially a literary movement of the 50s in the United States. In common they had a love for jazz and cafes, a rejection of traditional American society, sexual freedom and the use of drugs and a bent for Eastern philosophy. Their aesthetic was adopted by young people in the late 50s and was a rebellion and the birth of what would later become the hippie movement.*

*For Torras, the Beat Generation has been a source of inspiration on the aesthetic level from which we drew nonconformity, liberty, breaking with what is established and where aesthetically, the leather jacket plays a unique role. Our collection is steeped in strong dark colors, quality materials, authenticity and an unarguably masculine aesthetic. We look to grow in a nonconformity that allows us to be unique and recognizable.*

# Wom&Now

29 / 06 / 2017 - 16h

Marca comercial / commercial brand:  
WOM&NOW

T. +34 931 175 404

www.womandnow.com  
sales@womandnow.com



W O M & N O W

## HYPNOTIC

“La màgia dels pensaments ens transportarà a un estat d'ànim irresistible”.

La visió dels tons lluminosos, la feminitat i frescor en les peces provocaran gran fascinació en els atractius looks. Els alegres estampats sobre sedoses teles, la riquesa en jacquards, laminatges i fantasies tricotades transmeten estabilitat i profunditat en la col·lecció.

“La magia de los pensamientos nos transportará a un estado de ánimo irresistible”

La visión de los tonos luminosos, la feminidad y frescura en las prendas provocarán gran fascinación en los atractivos looks. Los alegres estampados sobre sedosas telas, la riqueza en jacquards, laminados y fantasías tricotadas transmiten estabilidad y profundidad en la colección.

“The magic of thought will elevate us into an irresistible mood”

The vision of luminous colors, the femininity and freshness of the garments they will cause hypnotic fascination in the attractive looks. The bright prints on silky fabrics, the richness in jacquards, layered knitted fantasies lend stability and depth to the collection.

# #MY LOOK

## Rowenta®



**Rowenta**  
PLANCHADO OFICIAL & HAIR CARE



DEL **26/06** AL **30/06**



clúster català  
de la moda

### **Impulsant la competitivitat de la Moda Catalana:**

Els valors que defineixen a Modacc són la recerca de coneixement, la cooperació i el dinamisme de les empreses i persones que formem part del clúster.

El Clúster Català de la Moda (Modacc) és una organització sense ànim de lucre que integra més de 145 empreses que desenvolupen la seva activitat al voltant del negoci de la moda a Catalunya.

Des del Clúster impulsem la Competitivitat de l'Ecosistema Moda de Catalunya mitjançant iniciatives individuals i col·lectives de valor afegit orientades a les empreses del sector.

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

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



### **Impulsando la competitividad de la Moda Catalana:**

Los valores que definen Modacc son: búsqueda del conocimiento, cooperación y dinamismo de las empresas y personas que forman parte del Cluster.

El Clúster Catalán de la Moda (Modacc) es una organización sin ánimo de lucro, que integra a más de 145 empresas que desarrollan su actividad en torno al negocio de la moda en Cataluña. Desde el Clúster impulsamos la competitividad del ecosistema moda mediante iniciativas individuales y colectivas de valor añadido orientadas a las empresas del sector.

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

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.



### **Boosting competitiveness of Catalan Fashion:**

*The principles that define Modacc are research for knowledge, cooperation and dynamism between companies and individuals from the cluster to improve and anticipate the future. The Catalan Fashion Cluster (Modacc) is a non-profit organization which includes more than 145 companies which are active in the fashion business in Catalonia.*

*Modacc promotes competitiveness of the Catalan fashion ecosystem through individual and collective value added initiatives focused on companies from the sector.*

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

*The Cluster's activity in cooperation with other public and private entities is to facilitate the growth of economic activity, employment, transfer between creativity and industry as well as strengthening the Catalonia brand as a leader in the creative design industry and in the European fashion.*

# 080 Barcelona Fashion Showroom

Lloc / Lugar / Place: Pavelló Puríssima

**28 i 29 / 06 / 2017 - 10:00h – 19:00h**

El Clúster Català de la Moda (MODACC) vol tornar a dotar de voluntat comercial la passarel·la 080 Barcelona Fashion, i és per això que, en aquesta edició, farà un pas més i reconvertirà el seu showroom de marques en una fira que estarà instal·lada durant dos dies, el dimecres 28 i el dijous 29 de juny, al Pavelló de la Puríssima, dins del Recinte Modernista de l'Hospital de Sant Pau.

Després de tres edicions celebrant el 080 Barcelona Fashion Showroom amb un bon balanç de contactes comercials, les empreses de la moda agrupades al Clúster MODACC aposten ara per passar a un format més ambiciós, el trade show o fira, on 25 marques catalanes exposaran els seus productes durant dos dies en un espai obert a tots els compradors nacionals i internacionals.

La nova fira-showroom té pàgina web pròpia, [www.080barcelonashowroom.com](http://www.080barcelonashowroom.com), des d'on es poden tramitar les acreditacions per assistir-hi com a visitant.

El showroom durarà exclusivament dos dies, el 28 i el 29 de juny (dc. i dj.), i estem fent una labor comercial per convidar-hi no només compradors internacionals, sinó també multimarca i professionals del sector de la moda que vulguin accedir a l'espai del 080 Showroom, dins de la 080 Barcelona Fashion.



El Clúster Catalán de la Moda (MODACC) quiere volver a dotar de voluntad comercial la pasarela 080 Barcelona Fashion y es por ello que en esta edición dará un paso más y reconvertirá su Showroom de marcas en una feria que estará instalada durante dos días, el miércoles 28 y el jueves 29 de junio, en el Pabellón de la Purísima, dentro del Recinto Modernista del Hospital de Sant Pau.

Después de tres ediciones celebrando el 080 Barcelona Fashion Showroom con un buen balance de contactos comerciales, las empresas de la moda agrupadas al Clúster MODACC apuestan ahora por pasar a un formato más ambicioso, el trade show, o feria, donde 25 marcas catalanas expondrán sus productos durante dos días en un espacio abierto a todos los compradores nacionales e internacionales.

La nueva feria-showroom tiene página web propia, [www.080barcelonashowroom.com](http://www.080barcelonashowroom.com), desde donde se pueden tramitar las acreditaciones para asistir como visitante.

El showroom durará exclusivamente dos días, el 28 y el 29 de junio (Mi. y J.) y estamos haciendo una labor comercial para invitar no solamente a compradores internacionales, sino también a todo el multimarca y profesional del sector de la moda que quieran acceder al espacio del 080 Showroom, dentro del 080 Barcelona Fashion.



The Catalan Fashion Cluster (MODACC) aims to inject more commercial potential into 080 Barcelona Fashion and this edition takes steps in that direction by transforming its Showroom of brands into a trade fair that will be set up in the Purísima Pavilion at the Sant Pau Art Nouveau Site for two days, Wednesday 28th and Thursday 29th of June,

After its first three editions the 080 Barcelona Fashion Showroom's balance of commercial contacts is good and the fashion companies grouped together in the MODACC Cluster are now betting on a more ambitious format, the Trade Show, where 25 Catalan brands will exhibit their products for two days in a space open to all national and international buyers

The new Show-Showroom has its own website: [www.080barcelonashowroom.com](http://www.080barcelonashowroom.com), from where you can apply for accreditation to attend as a visitor.

The Showroom will only run for two days, June 28 and 29 (Wed. and Thu.) and we are reaching out to invite not only international buyers, but also all the multi-brand representatives and professionals in the fashion sector to attend the 080 Showroom space within 080 Barcelona Fashion.

Contacte i informació / Contacto e información / Contact & information:

Susana Barasoain  
[sbarasoain@modacc.cat](mailto:sbarasoain@modacc.cat)  
[www.modacc.cat](http://www.modacc.cat)  
+34 934 151 228

# YOGUR ECOLÓGICO



**LAS 2 VACAS**  
**TE SIENTA BIEN**

El calcio es necesario para el mantenimiento de los huesos en condiciones normales.



# VOGUE



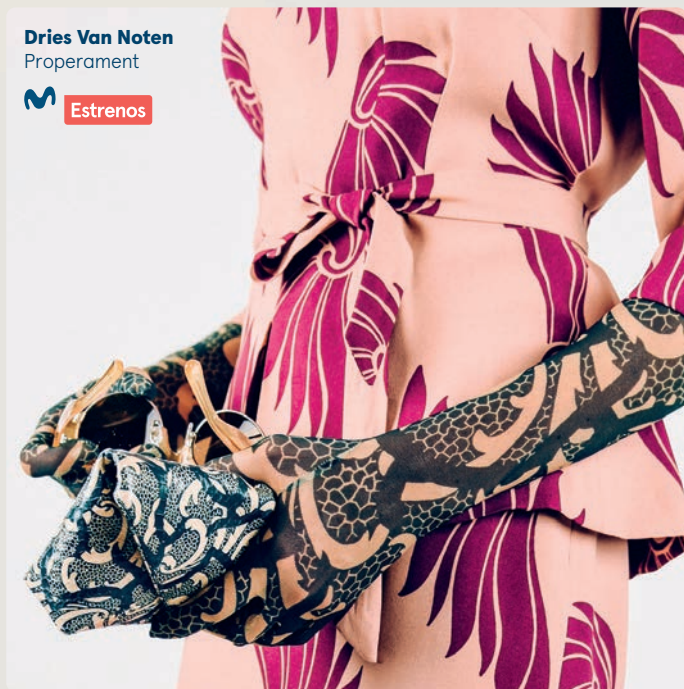
## No passis de moda

#MovistarEstadeModa

**Dries Van Noten**  
Properament



Estrenos



**Vogue Who's on Next: El premio de la moda**  
Estrena el 17 de juliol



Xtra



Disponible també SOTA DEMANDA  
[movistarplus.es/documentales](http://movistarplus.es/documentales)



UNA MARCA DE *Telefónica*

**movistar+**  
Tria-ho tot

080  
BARCELONA  
FASHION



VOGUE

# Who's On Next

THE VOGUE FASHION FUND

EL PREMIO DE

la Moda

CONDÉ NAST ESPAÑA VOGUE

**M+**  
movistar

**LA RIOS**  
L'ARTISTE





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

**[www.ccam.cat](http://www.ccam.cat)**  
**[ccam@gencat.cat](mailto:ccam@gencat.cat)**

Producció, Direcció artística i Càsting:  
ESMA Proyectos

Prensa Nacional, RRPP i Patrocinis:  
Equipo Singular

Prensa Internacional:  
XXL Comunicació

Disseny gràfic i maquetació:  
Mapiba - [www.mapiba.com](http://www.mapiba.com)

Impressió:  
Dilograf, SL

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

1a edició  
500 exemplars  
Barcelona, juny de 2017

Dipòsit Legal  
B. 2491-2013

ISSN: 2014-3710

[o80barcelonafashion.cat](http://o80barcelonafashion.cat) · [@o8o\\_bcn\\_fashion](https://www.instagram.com/o8o_bcn_fashion) · [#o8oBcnFashion](https://www.facebook.com/o8oBcnFashion)



Generalitat  
de Catalunya