

080

BARCELONA
F A S H I O N
— SS 2016 —

080barcelonafashion.cat



Generalitat
de Catalunya

PREPARATS



& 080
BARCELONA
FASHION

Del 29 de juny al 3 de juliol de 2015
a l'Estadi Olímpic Lluís Companys.



RENAULT
Passion for life

NOU RENAULT TWINGO

MOU-TE
AMB LLIBERTAT



Nou Renault Twingo
Vehicle Oficial 080 Barcelona.



barcelona
world race

Gamma Nou Renault Twingo: consum mixt (l/100km) des de 4,2 fins a 4,3. Emissions CO₂ (g/km) des de 95 fins a 99.

Renault recomienda **elf**

f **YouTube** renault.es



Teniu a les vostres mans el catàleg de la 16a edició del **080 Barcelona Fashion**, l'esdeveniment de referència de la moda i del disseny catalans, l'espai on s'uneixen tradició, creativitat i talent. Des de la passarel·la del 080, empreses de llarga trajectòria empresarial i creadors emergents presentaran les seves creacions i faran de Barcelona la capital de la moda.

A Catalunya estem vivint un nou renaixement de l'activitat industrial, i el sector tèxtil no n'és una excepció. Les empreses tèxtils catalanes s'estan posicionant cada dia millor en l'economia global. L'increment i l'atracció de nova producció, l'aposta pel disseny i la innovació, i el desenvolupament d'estratègies de projecció internacional són els principals reptes del sector tèxtil i de la moda. Des de el Govern de Catalunya, us volem acompanyar i ajudar a fer-ho realitat. El **080 Barcelona Fashion** és una expressió del suport i del compromís del Govern amb el sector i amb la seva projecció.

Aquesta nova edició del **080 Barcelona Fashion** se celebrarà en un espai mític, l'Estadi Olímpic Lluís Companys, l'escenari dels Jocs Olímpics de 1992, que ens van permetre projectar-nos al món com a país modern, dinàmic i avantguardista. Aquests són també els trets característics de la moda i del disseny catalans.

Estic segur que aquesta nova edició del **080 Barcelona Fashion** significarà un pas més en la seva consolidació com un dels certàmens referents de la moda a escala internacional.

Vull fer arribar la meua felicitació i el meu agraïment a totes les empreses, creadors i professionals que, edició rere edició, heu fet del **080 Barcelona Fashion** una plataforma per a la projecció del sector català de la moda i del disseny.

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

En vuestras manos tenéis el catálogo de la 16ª edición del **080 Barcelona Fashion**. El evento de referencia de la moda y diseño catalán, el espacio donde se une tradición, creatividad y talento. Desde la pasarela del 080 empresas de larga trayectoria empresarial y creadores emergentes presentarán sus creaciones y harán de Barcelona la capital de la moda.

En Cataluña estamos viviendo un nuevo renacimiento de la actividad industrial y el sector textil no es una excepción. Las empresas textiles catalanas se están posicionando cada día mejor en la economía global. El incremento y atracción de nueva producción, la apuesta por el diseño y la innovación, el desarrollo de estrategias de proyección internacional son los principales retos del sector textil y moda, desde el Govern de Catalunya os queremos acompañar y ayudar a hacerlos realidad, la **080 Barcelona Fashion** es una expresión del compromiso y apoyo del gobierno con el sector y su proyección.

Esta nueva edición del **080 Barcelona Fashion** se celebrará en un espacio mítico, el Estadi Olímpic Lluís Companys, el escenario de los Juegos Olímpicos de 1992 que nos permitieron proyectarnos al mundo como un país moderno, dinámico y vanguardista, y que son rasgos característicos de la moda y el diseño catalán.

Estoy seguro que esta nueva edición del **080 Barcelona Fashion** será un paso más en su consolidación como uno de los certámenes referentes de la moda a nivel internacional.

Quiero transmitir mi felicitación y agradecimientos a todas las empresas, creadores y profesionales que edición tras edición habéis hecho de la **080 Barcelona Fashion** una plataforma para la proyección del sector catalán de la moda y el diseño.

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

*The catalogue for the 16th **080 Barcelona Fashion** is in your hands. The leading Catalan fashion and design event provides a space in which tradition, creativity and talent come together. Long-established fashion firms and emerging creators will present their collections on the 080 catwalk and turn Barcelona into the capital of fashion.*

*In Catalonia we are experiencing a rebirth of industrial activity and the textile industry is no exception. The textile companies are getting better every day at positioning themselves in the global economy. The increase in production and the attraction of new business to Catalonia, the strong bet on design and innovation and the development of strategies for international projection are the principle challenges facing the textile and fashion industries. From the Government of Catalonia, we would like to stand by you and help you overcome these challenges and to this effect, **080 Barcelona Fashion** is an expression of the government's commitment to and support of the sector and its international projection.*

*This new edition of **080 Barcelona Fashion** will be held at a world renowned venue, the Estadi Olímpic Lluís Companys, the site of the 1992 Olympic Games, which gave us worldwide projection as a modern, dynamic, innovative country and those are precisely the characteristics reflected in Catalan fashion and design.*

*I am sure that this new edition of **080 Barcelona Fashion** will go one step further to consolidating it as one of the trend-setting events on the international fashion stage.*

*I would like to congratulate and thank each and every one of the companies, creators and professionals who edition by edition have made **080 Barcelona Fashion** into the platform for the projection of Catalan fashion and design that it is.*

Felip Puig Godes
Minister of Enterprise and Labour
Government of Catalonia



DESCUBRE EL STYLING DE REDKEN Y LA HISTORIA DE SU MUSA

SKY FERREIRA
#STYLEYOURSTORY

PELUQUERO OFICIAL 080
BARCELONA FASHION

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

REDKEN
5TH AVENUE NYC

080

BARCELONA FASHION

La moda s'obre a la ciutat. Barcelona acull una nova edició del **080 Barcelona Fashion** amb un gran i doble objectiu: d'una banda, utilitzar el **080 Barcelona Fashion** com a gran trampolí per al creixement i el reconeixement dels nostres dissenyadors i empreses i, de l'altra, poder mostrar al gran públic aquest magnífic sector, el de la moda. La moda és cultura, és un fidel reflex dels moviments de la societat i, per aquest motiu, volem que hi pugui participar el major nombre de persones.

35 desfilades, el 080 Fashion Market, la gran oferta gastronòmica amb els food trucks, el magnífic Village... Tot ens convida a gaudir de cinc dies magnífics de moda en el recinte mític de l'Estadi Olímpic Lluís Companys de Montjuïc.

Juntament amb el desenvolupament de les desfilades, tindrem el 080 Fashion Investor Day, el Texmeeting by Texfor, el NEO2 Photo Shoot Contest, la jornada de l'ACTM i la presentació de Jorge Lorenzo.

En aquesta edició incorporem un premi més, de tal manera que es concediran el Premi Nacional al Disseny Emergent de la Generalitat de Catalunya i el Premi Nacional a la Millor Col·lecció.

Com a cloenda de la setmana, la desfilada del Modafad amb les seves propostes.

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

Cordialment,

Miquel Rodríguez
Director del 080 Barcelona Fashion

La moda se abre a la ciudad. Barcelona acoge una nueva edición del **080 Barcelona Fashion**, con un gran y doble objetivo: por un lado, utilizar el **080 Barcelona Fashion** como un gran trampolín para el crecimiento y reconocimiento de nuestros diseñadores y empresas y, por otro, poder mostrar al gran público este magnífico sector, el de la moda. La moda es cultura, es un fiel reflejo de los movimientos de la sociedad y, por este motivo queremos que pueda participar el mayor número de personas.

35 desfiles, el 080 Fashion Market, la gran oferta gastronómica con los food trucks, el magnífico Village, todo nos invita a disfrutar de cinco días magníficos de moda en el recinto mítico del Estadio Olímpico Lluís Companys de Montjuïc.

Junto al desarrollo de los desfiles, tendremos el 080 Fashion Investor Day, el Texmeeting by Texfor, el NEO2 Photo Shoot Contest, la jornada de la ACTM y la presentación de Jorge Lorenzo.

En esta edición incorporamos un premio más, de tal manera que se concederán el premio Nacional de Diseño Emergente de la Generalitat de Catalunya y el Premio a la Mejor Colección.

Como clausura de la semana, el desfile del Modafad, con sus propuestas.

Espero que vuestra visita cumpla vuestras expectativas y, en nombre de mi equipo y en el mío propio, os doy la más sincera bienvenida.

Cordialmente,

Miquel Rodríguez
Director del 080 Barcelona Fashion

*Fashion opens itself to the city as Barcelona once again plays host to a new **080 Barcelona Fashion** with two principle objectives in mind: Use 080 as a springboard for the growth and recognition of our designers and companies in the sector and on the other hand, display to the public at large this magnificent sector we call fashion. Fashion is culture; an accurate reflection of the movements in society and for this reason, we would like to see the greatest number of people possible participating in **080 Barcelona Fashion**.*

35 catwalk shows, the 080 Fashion Market, the broad gastronomy on offer from the Food-Trucks, the magnificent village, everything invites us to enjoy five fantastic days of fashion, in the legendary surroundings of the Estadi Olímpic Lluís Companys on Montjuïc Mountain.

Simultaneous to the unfolding of the catwalk shows, the 080 Fashion Investor Day, the TexMeeting by Texfor, the NEO2 Photo Shoot Contest, the ACTM (Catalan Fashion Textile Cluster) Conference and the presentation to be given by Jorge Lorenzo will also take place.

On this occasion there is a new award obtainable so the Generalitat of Catalonia National Award for Emerging Talent and the National Award for Best Collection will be bestowed.

To bring the proceedings of the week to a close the Modafad catwalk shows will show us their proposals.

I hope your visit lives up to your expectations and on behalf of my team and I welcome you all most sincerely. Cordially,

Miquel Rodríguez
Director of 080 Barcelona Fashion

LAVAZZA
ITALY'S FAVOURITE COFFEE

THE OFFICIAL COFFEE

080
BARCELONA
FASHION



LIVE THE REAL ITALIAN ESPRESSO EXPERIENCE AT 080 BARCELONA FASHION

Del 29 de junio al 3 de julio en el Estadi Olímpic Lluís Companys, Montjuic.



twitter.com/LavazzaES



facebook.com/Lavazzaes



instagram.com/lavazzaes

www.lavazza.es

10 PROGRAMA · PROGRAM

10 Desfilades · Desfiles · *Fashion shows*

11 Horaris · Horarios · *Timetables*

14 080 INVESTOR DAY

17 ESTADI OLÍMPIC LLUÍS COMPANYYS

18 NEO2 PHOTOSHOOT CONTEST

20 DISSENYADORS · DISEÑADORES · DESIGNERS

20 BLAME LABEL

22 BRAIN&BEAST

24 CARLOTAOMS

26 CELIA VELA

28 COMO UN PEZ EN EL AGUA

30 CUSTO BARCELONA

32 EDGAR CARRASCAL

34 GEORGINA VENDRELL

36 GUILLERMINA BAEZA

38 ISOMETRIC

40 JOSEP ABRIL

42 JUSTICIA RUANO

44 KRIZIA ROBUSTELLA

46 LEBOR GABALA

48 MANUEL BOLAÑO

50 MENCHÉN TOMÀS

52 MIQUEL SUAY

54 MIRIAM PONSÀ

56 OSCARLEON

58 PABLO ERROZ

60 SITA MURT

62 TCN

64 TXELL MIRAS

68 MARQUES · MARCAS · BRANDS

68 ALDOMARTINS

70 BÓBOLI

72 BCN BRAND

74 CND BY CÓNDOR

76 DESIGUAL

78 ESCORPION

80 LUPO BARCELONA

94 MODAFAD

82 MANGO

84 NAUOVER

86 PUNTO BLANCO

88 TORRAS

90 WOM & NOW

92 YERSE

PROGRAMA / PROGRAM

29 / 06 / 2015

20.30h MANGO *

* Cal tenir invitació
Se necesita invitació
By invitation only

30 / 06 / 2015

11h ISOMETRIC

BLAME LABEL

12.30h LEBOR GABALA

TXELL MIRAS

14h TCN

16h MIRIAM PONSÀ

17.30h JOSEP ABRIL

19h SITA MURT

20.30h DESIGUAL *

01 / 07 / 2015

11h WOM & NOW

YERSE

12.30h PABLO ERROZ

KRIZIA ROBUSTELLA

14h GUILLERMINA BAEZA

16h ESCORPION

17.30h CELIA VELA

19h BRAIN & BEAST

20.30h CUSTO BARCELONA *

02 / 07 / 2015

11h GEORGINA VENDRELL

EDGAR CARRASCAL

12.30h COMO UN PEZ EN EL AGUA

ALDOMARTINS

14h PUNTO BLANCO

MIQUEL SUAY

16h NAULOVER

17.30h JUSTICIA RUANO

19h MANUEL BOLAÑO

20.30h MENCHÉN TOMÀS

03 / 07 / 2015

11h OSCARLEON

CARLOTAOMS

12.30h BCN BRAND

TORRAS

14h LUPO BARCELONA

16h LLIURAMENT DE PREMIS

080 BARCELONA FASHION

16h CND BY CÓNDOR

BÓBOLI

18h MODAFAD

PROGRAMA / PROGRAM

080 FASHION MARKET

30 / 06 a 02 / 07 / 2015

11h a 22.30h

03 / 07 / 2015

11h a 20h



VILLAGE



FOOD-TRUCKS



DJ'S



POP-UP STORES

NEO2 PHOTO SHOOT CONTEST

29 / 06 / 2015

15h a 20h

30 / 06 / 2015 a 02 / 07 / 2015

9h a 14h i de 15h a 20h

03 / 07 / 2015

9h a 14h

TEXMEETING BY TEXFOR

30 / 06 / 2015

13h a 19h

SKULL RIDER BY JORGE LORENZO

30 / 06 / 2015

11.30h

080 FASHION INVESTOR DAY

01 / 07 / 2015

11h a 14h

JORNADA MODACC

01 / 07 / 2015

17h a 19.30h

080
BARCELONA
FASHION



—fashion
& healthy lifestyle
SoBlue.es—

Ya está aquí una nueva edición de la 080 Barcelona Fashion con lo mejor del diseño catalán. Como en ediciones anteriores, Solán de Cabras patrocina este evento que llenará de moda el Estadi Olímpic Lluís Companys.

Además, este año, Solán de Cabras presenta Soblue, un nuevo magazine de fashion&healthy lifestyle. Encuéntralo en la pasarela o entra en www.soblue.es.

MIRIAM PONS — dissenyadora de moda

Miriam és Anna.

DESCOBREIX COM ÉS A CODORNIU.COM

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

WineModeration.eu
All in Moderation




CODORNÍU
Des de 1551.

01 / 07 / 2015

11h

Lloc · Lugar · Place: Auditori, Estadi Olímpic de Lluís Company

080 Barcelona Fashion i la xarxa d'inversors Seed&Click organitzen la 1a Edició del 080 Barcelona Fashion Investor Day amb l'objectiu de detectar nou talent en la indústria de la moda. Per aquesta raó, busquen projectes empresarials relacionats amb, o aplicables al sector.

L'objectiu principal és donar suport i potenciar iniciatives emprenedores, incubar projectes nous de la indústria de la moda i construir un nou ecosistema a Barcelona enfoccat a l'àmbit internacional.

Els 10 finalistes presentaran els seus projectes en format elevator pitch (un màxim de 5 minuts de durada) l'1 de juliol 2015 davant dels membres del jurat, inversors i resta d'assistents.

Després de les presentacions, el jurat escollirà al projecte guanyador de l'edició designant-lo "Best Business Project 080 Investor Day 2015" i procedirà al lliurament del premi valorat en 150.000 €.

080 Barcelona Fashion y la red de inversores Seed&Click organizan la 1ª Edición del 080 Barcelona Fashion Investor Day con el fin de apoyar nuevos proyectos empresariales relacionados con el sector de la moda.

080 Barcelona Fashion Investor Day apoya y potencia iniciativas emprendedoras y nuevos proyectos de la industria de la moda con el objetivo de crear un ecosistema financiero-empresarial internacional en Barcelona.

Los 10 finalistas presentarán sus proyectos en formato elevator pitch (un máximo de 5 minutos de duración) el 1 de julio de 2015 frente a los miembros del jurado, inversores y resto de asistentes.

Tras las presentaciones, el jurado escogerá al proyecto ganador de la edición designándolo "Best Business Project 080 Investor Day 2015" y procederá a la entrega del premio valorado en 150.000€.

080 Barcelona Fashion and the network of investors Seed&Click are organizing 080 Barcelona Fashion Investor Day's first edition with the objective to contribute to the fashion industry's business development. With this in mind, they are looking for Business Projects related to or applicable to the sector.

The main objective of this event is to back and boost enterprising initiatives, as well as to incubate new projects of the fashion sector and build a new ecosystem in Barcelona focused on the international field.

The 10 finalists will present their projects in elevator pitch format, with a maximum duration of 5 minutes on Wednesday 1st July 2015 in front of the members of the jury, investors and the rest of the participants.

After the presentation, the jury will deliberate behind closed doors in order to choose the winner. Once the selection has been done, the prize will be given (more than 150.000€) to "The Best Business Project 080 Investor Day 2015".

Jurat · Jurado · Jury

Luis Lara

Sènior Advisor Fashion Industry - KPMG

Enric Jové

Director - McCann Worldgroup

Fernando Maudo

Director - Vente Privée Spain

Isabel Mesa

Country Manager Spain and Portugal - WGSN

Samuel Martinez

Director Retail - Facebook

Myriam Serrano

Redactora Cap - Woman Madame Figaro

Ponents · Ponentes · Speakers

Kim Mannino

Directora de WGSN Live

Samuel Martinez

Director Retail - Facebook

Patrocinadors principals · Patrocinadores principales · *Main partners*



McCANN
WORLDGROUP



Patrocinadors · Patrocinadores · *Sponsors*



BAKER & MCKENZIE

ESADECREAPOLIS

WGSN

EXCLUSIVE SHOPPING

WITH IRRESISTIBLE OFFERS



Rediscover La Roca Village.
More services and better experience in more than 130 boutiques
with prices reduced by up to 60%*.

BALDININI BIMBA Y LOLA ESCADA FURLA KAREN MILLEN LIU-JO HOSS INTROPIA
HUGO BOSS MISSONI MONTBLANC TOUS SANDRO ZADIG & VOLTAIRE
and many more at LaRocaVillage.com/boutiques

LA ROCA  VILLAGE

#LaRocaVillage





ESTADI OLÍMPIC LLUÍS COMPANYS

L'Estadi Olímpic Lluís Companys va ser construït amb motiu de l'Exposició Internacional de 1929. El 1992 es va remodelar totalment per tal d'acollir els Jocs Olímpics (JJOO) de Barcelona'92.

El 20 de maig de 1929 es va inaugurar aquest Estadi amb un partit de futbol en què una selecció catalana va vèncer 4-0 a un equip anglès, els Bolton Wanderers. Aquest gran equipament esportiu continuà en funcionament fins als Jocs Mediterranis de 1955. Quan el Comitè Olímpic Internacional escollí Barcelona com a seu per als Jocs Olímpics de 1992, un equip d'arquitectes format per Vittorio Gregotti, Frederic Correa, Alfons Milà, Joan Margarit i Carles Buxadé va remodelar completament l'Estadi. Tret de les façanes exteriors, que es van conservar, en el seu interior es van aixecar noves graderies amb un aforament total de 54.000 espectadors.

Esdeveniments tan importants com les cerimònies d'inauguració i de clausura dels Jocs Olímpics i Paralímpics de Barcelona'92 o les proves d'atletisme van tenir lloc en aquest espai. La UEFA li ha atorgat la categoria cinc estrelles, que el qualifica per acollir competicions de màxim nivell continental. Cal mencionar que el nom de l'Estadi fa referència a Lluís Companys, President de la Generalitat de Catalunya durant la Guerra Civil.

El Estadio Olímpico Lluís Companys fue construido con motivo de la Exposición Internacional de 1929. En el 1992 se remodeló totalmente para acoger los Juegos Olímpicos (JJOO) de Barcelona'92.

El 20 de mayo de 1929 se inauguró este estadio con un partido de fútbol en el que una selección catalana venció por 4 a 0 a un equipo inglés, los Bolton Wanderers. Este gran equipamiento deportivo continuó en funcionamiento hasta los Juegos Mediterráneos de 1955. Cuando el Comité Olímpico Internacional escogió Barcelona como sede de los Juegos Olímpicos de 1992, un equipo de arquitectos formado por Vittorio Gregotti, Frederic Correa, Alfons Milà, Joan Margarit y Carles Buxadé remodeló completamente el Estadio. Salvo las fachadas exteriores, que se conservaron, en su interior se levantaron nuevas graderías con un aforo total de 54.000 espectadores.

Acontecimientos tan importantes como las ceremonias de inauguración y clausura de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Barcelona'92, o las pruebas de atletismo, tuvieron lugar en este espacio. La UEFA le ha otorgado la categoría cinco estrellas, que lo califica para acoger competiciones de máximo nivel continental. Hay que mencionar el nombre del Estadio que hace referencia a Lluís Companys, Presidente de la Generalitat de Catalunya durante la Guerra Civil.

The Lluís Companys Olympic Stadium was built for the 1929 Barcelona International Exposition. It was completely renovated in 1992 to host the Barcelona '92 Olympic Games.

The stadium was inaugurated on May 20 1929 with the celebration of a football match where a Catalan selection beat an English side, the Bolton Wanderers, 4-0. This large sports installation continued in use until the 1955 Mediterranean Games after which it fell into disuse. When the Olympic Committee chose Barcelona to host the 1992 Olympic Games, a team of architects comprising Vittorio Gregotti, Frederic Correa, Alfons Milà, Joan Margarit and Carles Buxadé renovated the stadium completely with the exception of the facade which was preserved. New seating for a total of 54 000 spectators was installed.

Events as important as the opening and closing ceremonies of the Olympic Games and the Paralympic Games or track and field athletic events took place in this space as is recalled in the Joan Antoni Samaranch Olympic and Sports Museum which is found in the Stadium. UEFA has awarded it five star status which qualifies it to host sporting events of the highest level on the continent. It is worth mentioning that the stadium is named after Lluís Companys who was President of the Generalitat of Catalonia during the Spanish Civil War.

NEO2 PHOTO SHOOT CONTEST

29 / 06 / 2015

15h a 20h

30 / 06 a 02 / 07 / 2015

9h a 14h i de 15h a 20h

03 / 07 / 2015

9h a 14h

Lloc · Lugar · Place: Entrada, Estadi Olímpic de Lluís Company

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 (editor)

José Morraja (fotògraf)

Javier de Juanas (estilista)

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 (editor)

José Morraja (fotógrafo)

Javier de Juanas (estilista)

At the Neo2 Photo Shoot Contest, eight teams made up of a stylist and a photographer from among the students of 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 (editor) José Morraja (photographer) Javier de Juanas (stylist)

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

Els/les models, cedits per l'agència Francina, aniran vestits de 6 marques / dissenyadors que han desfilat al 080 Barcelona Fashion · Los modelos y las modelos, cedidas por la agencia Francina, estarán vestidos de 6 marcas/diseñadores que han desfilado en la 080 Barcelona Fashion · *The models, courtesy of Francina, will be dressed by the following brands and designers who will have presented their collections on the 080 Barcelona Fashion catwalk:*

- BRAIN&BEAST
- Celia Vela
- ISOMETRIC
- OSCARLEON
- RITA ROW
- Who

Triplica la teva velocitat amb els 300 Mb

No esperis més

Informa-te'n a:
movistar.es
Botigues Movistar
1004

A graphic of a fiber optic network with many blue lines radiating from a central point, creating a starburst effect.

Fibra

Telefónica

La disponibilitat de 300 Mb implica tenir instal·lada la fibra 100 Mb i, a continuació, s'iniciaran les tasques tècniques per canviar de velocitat. Movistar confirmarà quan el canvi s'hagi completat.

BLAME LABEL

30 / 06 / 2015 - 11h

Vaig néixer el 12 de febrer de 1987 a València.

Després d'un gir a la meua vida, vaig aterrar a Barcelona el 2008 per complir un somni. Em vaig graduar en disseny i imatge de moda a l'Idep (Escola Superior d'Imatge i Disseny) el 2012. Un cop acabats els meus estudis, vaig començar les pràctiques amb Boris Bidjan Saberi, amb qui vaig col·laborar activament en les col·leccions de primavera-estiu 2013 i tardor-hivern 2014, que van ser presentades a la Setmana de la Moda de París.

L'octubre del 2014 vaig crear la meua pròpia marca, Blame Label. Vaig presentar la meua primera col·lecció "Own way" al saló DTOX. Exitosament, el 2015 vaig ser convidat a gaudir d'un espai a la 080 pop-up store, per la qual vaig acabar amb un punt de venda més a Madrid i amb molts seguidors nous.

Nací el 12 de Febrero de 1987 en Valencia.

Después de un giro en mi vida, aterricé en Barcelona en 2008 para cumplir un sueño. Me gradué en diseño e imagen de moda en IDEP (Escola Superior d'Imatge i Disseny) en 2012. Una vez acabados mis estudios comencé las prácticas con Boris Bidjan Saberi, donde colaboré activamente en las colecciones ss13 y aw14 que fueron presentadas en la Fashion Week de París.

En Octubre de 2014 creé mi propia firma "Blame Label". Presenté mi primera colección "Own way" en el salón DTOX. Exitosamente en 2015 fui invitado a disfrutar de un espacio en la 080 Pop-up Store, de la cual acabé con un punto de venta más en Madrid y muchos nuevos seguidores.

I was born in Valencia on the 12th of February 1987.

After a turning point in my life I landed in Barcelona in 2008 to pursue a dream. I graduated in Design and Image from IDEP (Technical College of design and image) in 2012. My studies done, I began an internship with Bidjan Saberi where I contributed to the ss13 and fw14 collections presented at the Paris Fashion week.

In October 2014 I started my own company "Blame Label". I presented my first collection "own way" at the DTOX salon. Fortuitously in 2015 I was invited to set up a space in the 080 pop up stores the result of which is that I now have a point of sale in Madrid and many new followers.



BLAME *Label*



AUREARI

El nom de la col·lecció, AUREARI, un joc entre proporció àuria i ira, representa el camí cap al vici de la perfecció. 1-1-2-3-5-8-13...(Fibonacci). La perfecció es representa amb la proporció ÀURIA. Tot comença amb una idea senzilla i, durant el camí, et veus obligat a realitzar sacrificis que produeixen IRA i surten com a vàlvula d'escapament. Això dona lloc a un nou estat d'equilibri, l'IRA CONTROLADA. Són peces unisex construïdes sota els efectes d'aquest estat anímic i tallades per zones que segueixen la proporció àuria del cos humà. La perfecció, en color BLANC; el NEGRE representa l'IRA, i el BLAU és el punt d'equilibri.

AUREARI

El nombre de la colección AUREARI, juego entre proporción aurea e ira, representa el camino hacia el vicio de la perfección. 1-1-2-3-5-8-13...(Fibonacci). La perfección se representa con la proporción ÁUREA, todo comienza con una idea sencilla y durante el camino te ves obligado a realizar sacrificios que producen IRA y salen como válvula de escape, esto da paso a un nuevo estado de equilibrio, la IRA CONTROLADA. Son prendas unisex construidas bajo los efectos de este estado anímico y cortadas por zonas que siguen la proporción aurea del cuerpo humano. La perfección, en color BLANCO; el NEGRO representa la Ira y el AZUL es el punto de equilibrio.

AUREARI

The name of the collection, AUREARI, a proportional play between aurea (golden ratio) and ira (rage), represents the path towards the vice of perfection. 1-1-2-3-5-8-13...(Fibonacci). Perfection is represented by the proportion AUREA (golden ratio). Everything starts from a simple idea and on the way you are forced to make sacrifices which cause IRA (rage) which expresses as an escape valve. This in turn gives way to a new state of balance: CONTROLLED RAGE. These are unisex garments created under the effects of this mood and cut in places which follow the golden ratio of the human body. Perfection in WHITE, with BLACK representing rage and BLUE providing balance.

BRAIN & BEAST

01 / 07 / 2015 - 19h

Brain&Beast neix a Barcelona el 2010, de la mà dels dissenyadors Àngel Vilda, César Olivar i Verónica Raposo. Les seves peces es plantegen com a jocs, endevinalles, jeroglífics d'una aparent senzillesa estructural, que responen a complexos equacions geomètriques, en les quals el color i la matèria formen part d'uns codis en què res és aleatori. Així, Brain&Beast proposa conjunts de peces que combinen emoció i raó, amb una forta influència de la cultura contemporània, sense oblidar grans dosis de sofisticació i de sentit de l'humor.

Foto del dissenyador Javier Morán.

Imatge de la col·lecció Gas Stations At Night by Richard Vantielcke

Brain&Beast nace en Barcelona en el 2010 de la mano de los diseñadores Ángel Vilda, César Olivar y Verónica Raposo. Sus prendas se plantean como juegos, adivinanzas, jeroglíficos de aparente sencillez estructural, que responden a complejas ecuaciones geométricas en las cuales color y materia forman parte de unos códigos donde nada es aleatorio. Así, Brain&Beast propone conjuntos de prendas que combinan emoción y razón, con fuerte influencia de la cultura contemporánea, sin olvidar grandes dosis de sofisticación y sentido del humor.

Foto del diseñador-Javier Morán.

Imagen de la colección Gas Stations At Night by Richard Vantielcke

Brain&Beast was started in 2010 by designers Ángel Vilda, César Olivar and Verónica Raposo. Their garments are conceived as games, logic puzzles, apparently structurally simple hieroglyphics resulting in complex geometric equations in which color and material constitute a code which is anything but random. With this in mind, Brain and Beast offer a mix of garments that combine emotion and reason, with a strong influence from contemporary culture without forgetting a strong dose of sophistication and a healthy sense of humor.

Photo of the designer-Javier Morán.

Image from the collection-Gas Stations At Night by Richard Vantielcke





BRAIN & BEAST
BARCELONA



**Decalogue, Part X < INSOMNIA >.
Summer 2016_**

És una condició vital el fet de crear pensaments i de reservar-se el dret a decidir quins seran comunicats i quins romandran en secret. És a dir, la pròpia possibilitat de mentir o d'amagar part d'aquests pensaments, amb l'únic fi d'aportar una prova d'autonomia, tant en l'espai que s'habita com de la funció pensant, i protegir-se dels altres mitjançant dics, creant un territori íntim o secret. Els secrets contenen un tros d'història que ha de ser silenciada. Així, INSOMNIA planteja desvetllar-los i tenir la possibilitat de reescriure-la. Es tracta de l'aventura d'una nit en vetlla, que investiga les pròpies veritats que afirmen la identitat més enllà de la zona de confort.

**Decalogue, Part X < INSOMNIA >.
Summer 2016_**

Es una condición vital el hecho de crear pensamientos y reservarse el derecho a decidir cuáles serán comunicados y cuáles permanecerán en secreto, es decir, la propia posibilidad de mentir o esconder parte de ellos, como único fin de aportar la prueba de autonomía tanto en el espacio que se habita como de la función pensante, protegiéndose de los demás mediante diques, creando un territorio íntimo o secreto. Los secretos contienen un trozo de historia que debe ser silenciada, así, INSOMNIA plantea desvelarlos y albergar la posibilidad de reescribirla. Se trata de la aventura de una noche en vela que investiga las propias verdades que afirman la identidad más allá de la zona de confort.

**Decalogue, Part X < INSOMNIA >.
Summer 2016_**

Thinking one's own thought and reserving the right to decide which to share and which to keep secret and the possibility of lying or hiding aspects of one's thoughts, with the only end of establishing one's independence within the space one inhabits or of one's own mind, protecting oneself with dikes creating a private or secret territory, is a fact of life. Secrets are parts of history which must be silenced and INSOMNIA proposes revealing them and rendering history susceptible to being rewritten. It's all about the adventure of a sleepless night investigating one's own truths and reaffirming one's identity outside the comfort zone.

CARLOTAOMS

03 / 07 / 2015 - 11h

CARLOTAOMS neix a partir de la fusió de les dissenyadores Elisabet Carlota i Elisenda Oms, totes dues amb caràcter emprenedor, idees fresques i amb la necessitat de donar resposta a les seves inquietuds creatives.

Les peces CARLOTAOMS acompanyen els consumidors en el seu dia a dia, completen la seva personalitat i els ajuden a crear i a fomentar la pròpia identitat. La marca ofereix un producte de roba en què el disseny de línies pures i l'estil urbà interactuen amb la persona que el vesteix.

CARLOTAOMS nace a raíz de la fusión de las diseñadoras Elisabet Carlota y Elisenda Oms. Ambas con carácter emprendedor, ideas frescas y con la necesidad de dar respuesta a sus inquietudes creativas.

Las prendas CARLOTAOMS acompañan a los consumidores en su día a día, completando su personalidad y ayudándolos a crear y/o fomentar la propia identidad. La marca ofrece un producto de ropa donde el diseño de líneas puras y el estilo urbano interactúan con la persona que la viste.

CARLOTAOMS is the result of a merger between two designers, Elisabet Carlota and Elisenda Oms, both of a marked entrepreneurial spirit and characterized by a need to find answers to their creative curiosity.

CARLOTAOMS garments dress clients for their everyday, complementing their personalities and helping them to create or foster their identity. The brand offers attire in which pure lines and urban style interact with the person wearing it.





Al·legoria

L'al·legoria és la representació visual i artística d'idees abstractes, que dóna imatge a allò que no en té. Fa visible allò que només és conceptual.

CARLOTAOMS presenta una col·lecció en què l'al·legoria és la plasmació visual del concepte del procés creatiu conjunt. Les diferents propostes de la col·lecció són el resultat de l'experimentació de dues ments creadores que evolucionen conjuntament en la idea d'unitat artística.

L'al·legoria del concepte es mostra amb les línies rectes que es creuen en els estampats, amb la inclusió de la lluminositat del groc i amb els fils que juguen entrellaçant-se en els brodats. L'elecció del color: el blanc, el negre i les línies pures del patronatge formen part de la identitat de la marca.

Alegoría

La alegoría es la representación visual y artística de ideas abstractas, dando imagen a lo que no la tiene. Hace visible lo que solo es conceptual.

CARLOTAOMS presenta una colección en la que la alegoría es la plasmación visual del concepto del proceso creativo conjunto. Las diferentes propuestas de la colección son el resultado de la experimentación de dos mentes creadoras que evolucionan conjuntamente en la idea de unidad artística.

La alegoría del concepto se muestra con las líneas rectas que se cruzan en los estampados, la inclusión de la luminosidad del amarillo y las hebras de hilo que juegan entrelazándose en los bordados. La elección del color: blanco y negro y las líneas puras del patronaje forman parte de la identidad como marca.

ALLEGORY

Allegory is the visual artistic representation of abstract ideas, rendering an image of something previously invisible. Rendering the purely conceptual visible.

CARLOTAOMS presents a collection in which the allegory is the visual representation of the combined creative process. The different proposals of the collection are the result of the experimentation of two creative minds which develop the idea of artistic unity together.

The conceptual allegory is evident in the straight lines which cross over one another in the patterns, the inclusion of the luminosity of yellow and the threads that playfully crisscross in the embroidery work. The choice of colors: Black and white and the pure lines of the cuts make up part of the brand identity.

CELIA VELA

01 / 07 / 2015 - 17.30h

Celia Vela debuta a la Passarel·la Gaudí de Barcelona. Actualment, participa a la 080 Barcelona Fashion. Té botiga pròpia a Figueres.

Les seves col·leccions es poden trobar també al Japó, país on viatja per primer cop el 1999 i pel qual queda fascinada. Actualment, compta amb un showroom propi a Tòquio. També ha presentat les seves col·leccions al Saló Atmosphère de la Setmana dels Creadors a París. Ha col·laborat amb Coty-Astor, Moda FAD, Bcn Moda Centre, Dupont, el Círculo Textil i Lucky Strike, entre d'altres.

Des del 1998 ha rebut diversos premis, ha participat en exposicions, taules rodones i conferències sobre moda. La feminitat, la sofisticació i la cura pels detalls són el seu segell.

Celia Vela debuta en la Pasarela Gaudí de Barcelona. Actualment participa en la 080 Barcelona Fashion. Tiene tienda propia en Figueras.

Sus colecciones se pueden encontrar también en Japón, país al que viaja por primera vez en el 1999 y por el que queda fascinada. Actualmente, cuenta con un showroom propio en Tokio. También ha presentado sus nuevas colecciones en el Saló Atmosphère de la semana de los Creadores de París. Ha colaborado con Coty-Astor, Moda FAD, Bcn Moda Centre, Dupont, el Círculo Textil y Lucky Strike, entre otras.

Desde el 1998 ha recibido diversos premios, ha participado en exposiciones, mesas redondas y conferencias sobre moda. La femineidad, la sofisticación y el cuidado por los detalles son su sello.

Celia Vela debuted at the Gaudí Fashion Show in Barcelona. She is currently a regular participant in 080 Barcelona Fashion.

With her own store in Figueras, her collections can also be found in Japan; a country she first traveled to in 1999 and was fascinated by and where she now has a Tokyo showroom. She has also shown her collection at the Saló Atmosphère during the Paris Fashion Week and collaborated with Coty-Astor, Moda FAD, Bcn Moda Center, DuPont, the Textile Circle and Lucky Strike among others.

Since 1998 she has received a number of awards, participated in exhibitions, round tables and fashion conferences. Femininity, sophistication and an attention to detail are her hallmark.



Dissenyador / diseñador / designer:
Celia Vela

Marca comercial / commercial brand:
Celia Vela

T. +34 972 674 617
www.celiavela.com
showroom@celiavela.com



Primavera-estiu 2016

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

Primavera-verano 2016

Si queréis conocer la historia que ha inspirado esta colección habréis de venir a nuestro desfile.

Spring-summer 2016

If you would like to know the story that inspired this collection, come to our fashion parade.

COMO UN PEZ EN EL AGUA

02 / 07 / 2015 - 12.30h

Como un pez en el agua neix el 2010 de la mà de Raquel Pérez i Sandra Puig i llança la seva primera col·lecció de bany l'any 2011. Totes dues comparteixen la passió per la moda, la Raquel en el disseny i en el patronatge i la Sandra en la comunicació i en el desenvolupament d'imatge.

Como un pez en el agua nace en el 2010 de la mano de Raquel Pérez y Sandra Puig y lanza su primera colección de baño en el 2011. Ambas comparten su pasión por la moda, Raquel en el diseño y patronaje y Sandra en la comunicación y desarrollo de imagen.

Como un pez en el agua (like a fish in water) was founded in 2010 by Raquel Pérez and Sandra Puig and they launched their first swimwear collection in 2011. Both share a passion for fashion-Raquel in design and patternmaking and Sandra in communication and image development.



como un pez en el agua

Swimwear over the Rainbow



SWIMWEAR OVER THE RAINBOW

Les nostres sirenes de platja destaquen per la seva actitud provocadora i glamurosa.

Inspirada en la moda pin-up, les peces que componen aquesta col·lecció es caracteritzen pel seu aire clarament retro, ja que estan confeccionades amb teles de cotó i seda, frunzits mitjançant gomes i talls estratègics.

SWIMWEAR OVER THE RAINBOW

Nuestras sirenas playeras destacan por su actitud provocadora y glamurosa.

Inspirada en la moda pin-up, las prendas que componen esta colección se caracterizan por su aire claramente retro ya que están confeccionadas en telas de algodón y seda, fruncidos mediante gomas y cortes estratégicos.

SWIMWEAR OVER THE RAINBOW

Our beach loving mermaids can easily be seen by their provocative glamorous attitude.

Inspired on pin-up fashion, the garments that make up this collection display a clearly retro air and are made in cotton and silk gathered by elastics and strategic slits.

CUSTO BARCELONA

01 / 07 / 2015 - 20.30h

Custo Barcelona va ser creada a principis dels anys 80 pels germans Dalmau, Custo i David, després d'un llarg viatge que els va portar arreu del món. En el seu camí, no solament van descobrir nous paisatges, sinó que també van poder contemplar les més variades manifestacions artístiques, culturals i filosòfiques. Una de les coses que més els va cridar l'atenció va ser l'estil de Califòrnia, expressat en el look dels surfistes que vivien al sud de l'estat, així com en l'element psicodèlic de la part nord. La innovadora moda plena de color que van trobar-hi els va impressionar, especialment un estil de samarretes que no existia a Espanya en aquella època. Amb aquests elements com a punt de partida, la marca es va llançar amb el nom de Custo Line. Els germans Dalmau van començar a treballar i van aprendre tot el possible sobre tècniques d'impressió i els seus acabats, amb una atenció particular a l'àrea del disseny gràfic, en la qual se sentien especialment còmodes. Amb el temps, la investigació en l'ús del color i els estampats es va convertir en innovació, audàcia i sofisticació. Actualment, podríem dir que Custo Barcelona existeix com un estil en ell mateix, que en certa manera suggereix una forma concreta de veure la vida. Una manera de veure la vida que s'expressa en col·leccions per a dona i home.

CUSTO BARCELONA AVUI

Custo Barcelona és, actualment, una marca d'imatge consolidada que des del 1997 presenta les seves col·leccions, cada temporada, a la New York Fashion Week. Innovació i creativitat constitueixen la base d'un estil caracteritzat per la utilització de gràfics i de color, que s'ha convertit en una icona. El seu èxit s'ha vist reconegut no solament pel públic que compra les seves peces, sinó també pels professionals de la moda, mitjans de comunicació i celebritats.

Custo Barcelona fue creada a principios de los años 80 por los hermanos Dalmau, Custo y David, tras un largo viaje que les llevó alrededor del mundo. En su camino descubrieron no solo nuevos paisajes sino también las más variadas manifestaciones artísticas, culturales y filosóficas. Una de las cosas que más llamó su atención fue el estilo de California, expresado en el look de los surfers que vivían en el sur del estado, así como la psicodelia de la parte norte. La innovadora moda llena de color que encontraron allí les impresionó, especialmente un estilo de camisetas que no existía en España en aquella época. Usando esto como punto de partida, la marca se lanzó bajo el nombre de Custo Line. Los hermanos Dalmau empezaron a trabajar aprendiendo todo lo posible sobre técnicas de impresión y sus acabados, con una particular atención al área del diseño gráfico, en la que se sentían especialmente cómodos. Con el tiempo, la investigación en el uso del color y los estampados se convirtió en innovación, audacia y sofisticación. En la actualidad, se puede decir que Custo Barcelona existe como un estilo en sí mismo que en cierta medida sugiere una manera concreta de ver la vida. Una manera de ver la vida que se expresa en colecciones para mujer y hombre.

CUSTO BARCELONA HOY

Custo Barcelona es actualmente una marca de imagen consolidada que, desde 1997, presenta sus colecciones cada temporada en la New York Fashion Week. Innovación y creatividad constituyen la base de un estilo caracterizado por la utilización de gráficos y color que se ha convertido en un icono. Su éxito se ha visto reconocido no solo por el público que compra sus prendas sino también por los profesionales de la moda, medios de comunicación y celebrities.

Custo Barcelona was created at the start of the 80s by the Dalmau brothers, Custo and David, following a long journey which took them around the world. On their way they discovered not only new horizons but also a huge swathe of artistic, cultural and philosophical influences. One of the elements that most attracted their attention was the style in California, expressed in the look of the surfers living to the south of the State, as well as the psychodelia of the northern part. The innovative fashion - full of color - that they found there impressed them, especially a style of T-shirts that did not exist in Spain at that point. Using this as a starting-point, the brand was launched under the name of Custo Line. The Dalmau brothers began to work learning as much as possible about printing techniques and their finishes, placing particular attention on the area of graphic design, with which they felt particularly comfortable. Over time, research into the use of color and prints turned predominantly innovative, bold and sophisticated. Custo Barcelona could currently be claimed to exist as a style in itself which to a certain extent suggests a particular way of viewing life. A lifestyle that is expressed in collections for men and women.

CUSTO BARCELONA TODAY

Custo Barcelona is currently a consolidated image brand that, since 1997, unveils its collections each season at New York Fashion Week. Innovation and creativity are at the root of a style characterized by the use of graphics and color that have become iconic. Their success has become recognized by not only the public buying their garments but also by fashion professionals, the media and the world of celebrities.

Dissenyador / diseñador / designer:
Custo Dalmau

Marca comercial / commercial brand:
Custo Barcelona

T. +34 933 788 410
www.custo.com
recepcion@custo-barcelona.com

custo[®]
B A R C E L O N A



Primavera-estiu 2016

Primavera-verano 2016

Spring-summer 2016

EDGAR CARRASCAL

02 / 07 / 2015 - 11h

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

Nací en Barranquilla una ciudad de la costa norte Colombiana y puerto importante en Latinoamérica. Toda esta sensibilidad frente al sol, el mar y la industria convergen en Barcelona y es aquí donde decido crear la marca que lleva mi nombre: Edgar Carrascal. Tengo una formación sólida tanto en diseño y creación de moda, como en marketing y comunicación. He estudiado diseño de moda en el Fashion Institute of Technology (FIT) de Manhattan, New York (NY); diseño de moda en la Colegiatura Colombiana de Medellín y un Máster en Marketing y Comunicación de Moda en el Instituto Europeo de Design de Barcelona. Considero que mi experiencia en distintos escenarios y países me ha aportado flexibilidad y soltura para adaptarme sin problemas a los diferentes tipos de actividades, asumiendo nuevas metodologías de trabajo. Es mi segunda edición en la pasarela 080 Barcelona con el firme empeño en impulsar mi firma de moda, además de colaborar con empresas, marcas y creadores para buscar estar siempre en vigencia, con una visión renovada del mercado, y así poder poner en marcha la pasión que tengo hacia mi trabajo. Disfruto de la moda y me gusta enfatizar en los detalles y darle un tratamiento poético al guardarropa masculino, sin perder la esencia del propio ser. De esto trata la verdadera moda. He trabajado y colaborado con marcas como Diesel, Levi's, Esprit, Swarovski, Citrique Heart, Prógono, Loewe, entre otras.

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



EDGAR CARRASCAL



WARRIOR S/S 2016

La meua col·lecció està inspirada en dos eixos: la violència contextual, un element artificial de la humanitat, i l'esperança de la pau, un element consubstancial a l'home. Aquests dos eixos, la violència i l'esperança de pau, s'expressen a través del patronatge, de peces exteriors que ensenyen l'interior, com folres i acabats, botonades que s'obren pel costat contrari i peces girades. La violència inspira peces com les granotes, que denuncien el camp de presoners de Guantánamo, o el tall llarg de les camises, propi dels extremistes de l'Ei. Elements característics del vestuari militar. Els colors són suaus i optimistes. Verd pastura, groc mango, magenta... aporten vibració als detalls de les peces. Són colors que tranquil·litzen la col·lecció, com la mateixa cruesa del lli i teixits de camiseria clàssica, dobries blancs, ratlles diplomàtiques i microprints, que reflecteixen la dualitat de l'home i de la col·lecció. Utilització de materials naturals barrejats amb elastà i viscosa, i també poliamida, tractada per a esports d'alt rendiment, antibacteriana i transpirable. Per a aquesta passarel·la, desenvolupo les parts de baix, bermudes i pantalons, algunes d'aquestes peces elaborades amb materials que recorden els teixits que s'utilitzen per a les parts de dalt. Peces amb siluetes ajustades al cos, que conserven les línies corporals masculines. La camisa blanca com a punt de partida i catalitzador de tota la col·lecció amb peces adequades pel home global.

WARRIOR S/S 2016

Mi colección esta inspirada en dos ejes la violencia contextual, un elemento artificial de la humanidad, y la esperanza de la paz, un elemento consustancial al hombre. Estos dos ejes, la violencia y la esperanza de paz se expresan a través del patronaje, piezas que enseñan el interior como forros y acabados, botonaduras que se abren del lado contrario y piezas giradas. La violencia inspira prendas como los monos que denuncian el campo de prisioneros de Guantánamo o el corte largo de las camisas propios de los extremistas del Ei y elementos referentes al vestuario militar. Los colores son suaves y optimistas. Verde pasto, amarillo mango, magenta... aportan vibración a los detalles de las piezas, colores que tranquilizan la colección, como la misma crudeza del lino y tejidos de camisería clásica, dobbyes en blanco, rayas diplomáticas y micro prints, que reflejan la dualidad del hombre y de la colección. Utilización de materiales naturales, mezclados con elastán y viscosa, al igual que poliamida tratada para deportes de alto rendimiento, antibacteriana y transpirable. Para esta pasarela desarrollo partes de abajo, bermudas y pantalones, algunas de estas piezas elaboradas en materiales que recuerdan los tejidos que se utilizan para las partes de arriba. Piezas con siluetas ajustadas al cuerpo conservando las líneas corporales masculinas. La camisa blanca como punto de partida y catalizador de toda la colección con piezas adecuadas para el hombre global.

WARRIOR S/S 2016

My collection is inspired on two core ideas: contextual violence, a man made element and the desire for peace, consubstantial to humanity. These two ideas, violence and desire for peace are expressed through the patterning, exterior pieces which show interior ones like linings and finishes, buttoning which opens on the opposite side and inside out pieces. Violence inspires garments like overalls which condemn the Guantanamo detention camp or in the long cut of the shirts which alludes to the IS fundamentalists and elements that allude to military attire. The colors are vibrant and optimistic: grass green, mango yellow and magenta give movement to the details of the pieces and other colors which calm the collection down like raw linen, classic shirt fabrics, white dobby weaves, diplomatic stripes and micro prints which reflect the duality of man and of the collection. Natural fibers like linen and cotton, blends with elastane and viscose like antibacterial and breathable polyamide treated for high performance sport are used. For this collection I developed lower body coverings; Bermuda shorts and trousers, some of these pieces made out of fabrics reminiscent of those used for the upper body. Garments with snug lines which hug the body and preserve the lines of the male form. The white shirt is the genesis and catalyst of the whole collection. Pieces for the worldwide man.

GEORGINA VENDRELL

02 / 07 / 2015 - 11h

Georgina Vendrell va néixer a Barcelona el 1983. Va estudiar a l'Institut Català de la Moda i va realitzar pràctiques amb Josep Font Haute Couture. Va debutar a ModaFAD el 2007, on va presentar la seva primera col·lecció d'home, que va guanyar el premi a la millor col·lecció. Aquest fet li va permetre ser present a la següent edició i crear la seva pròpia marca, Georgina Vendrell Menswear.

La dissenyadora ha tingut el privilegi de participar a l'Ego Cibeles Madrid Fashion Week, a la 080 Barcelona Fashion, a la Islàndia Fashion Week i a la València Fashion Week, on també va guanyar el premi al millor dissenyador.

Georgina Vendrell nació en Barcelona el año 1983. Estudió en el Instituto Catalán de la Moda y realizó prácticas con Josep Font Haute Couture. Debutó en ModaFAD en el 2007, donde presentó su primera colección para hombre, con la que ganó el premio a la mejor colección. Este hecho le permitió estar presente en la siguiente edición y crear su propia marca, Georgina Vendrell Menswear.

La diseñadora ha tenido el privilegio de participar en el Ego Cibeles Madrid Fashion Week, en el 080 Barcelona Fashion, en la Islandia Fashion Week y en la Valencia Fashion Week, donde ganó el premio al mejor diseñador.

Georgina Vendrell was born in Barcelona in 1983. She studied at the Catalan Institute of Fashion and did her internship at Josep Font Haute Couture. She debuted at Modafad in 2007 and presented her first men's collection, which won the prize for best collection. This ensured her participation in the next edition and encouraged her to create her own brand, Georgina Vendrell Menswear.

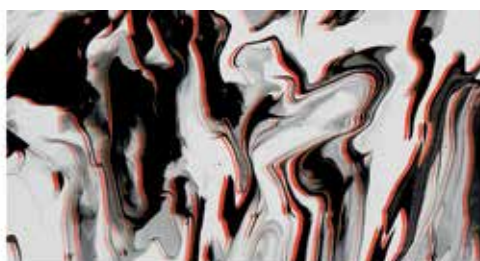
The designer has had the privilege of participating in the Ego Cibeles Madrid Fashion Week, 080 Barcelona Fashion, Iceland Fashion Week and Valencia Fashion Week, where she also won the award for best designer.



Dissenyador / diseñador / designer:
Georgina Vendrell

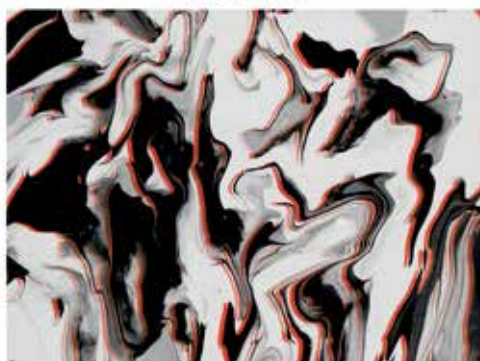
Marca comercial / commercial brand:
Georgina Vendrell Menswear

T. +34 645 785 236
www.georginavendrell.com
info@georginavendrell.com



URBAN WARRIOR

5 / 5 2016



GEORGINA VENDRELL
MENSWEAR

La col·lecció "Urban Warrior" s'inspira en l'urbà, en el vanguardisme i el streetwear. En la masculinitat i la modernitat.

Un home contemporani amb visió futurista, guerrers urbans amb un estil impecable, modern i eclèctic.

Materials tecnològics i noves textures. Colors contrastats combinacions cromàtiques. Taronges, vermells, blanc i negre. Pell, sarges de cotó i punt.

Línies arquitectòniques, siluetes netes i acabats impecables. Peces oversized, joc de volums i superposicions.

La colección "Urban Warrior" se inspira en lo urbano, en el vanguardismo y el streetwear. En la masculinidad y la modernidad.

Un hombre contemporáneo con visión futurista, guerreros urbanos con un estilo impecable, moderno y ecléctico.

Materiales tecnológicos y nuevas texturas. Colores contrastados, combinaciones cromáticas. Naranjas, rojos, blanco y negro. Piel, sargas de algodón y punto.

Líneas arquitectónicas, siluetas limpias y acabados impecables. Prendas oversized, juego de volúmenes y superposiciones.

The "Urban Warrior" collection is inspired by the urban, in the avant-garde and streetwear. Masculinity and modernity.

A contemporary man with futuristic vision, urban warriors with impeccable, modern and eclectic style.

Tech materials and new textures. Contrasting colors, color combinations. Orange, red, white and black. Leather, cotton twills and circular knitting.

Architectural lines, clean silhouettes and impeccable finishes. Oversized garments, volumes and overlaps.

GUILLERMINA BAEZA

01 / 07 / 2015 - 14h

La dissenyadora Guillermina Baeza va néixer al protectorat espanyol al Marroc. Als anys 60 es va traslladar a Barcelona i, als 70, va començar la seva carrera professional, que la va portar, als anys 80, a desfilat a les principals passarel·les de moda europees.

La seva presència continuada a les passarel·les ha creat un estil propi, que consolida la màxima de la filosofia de Guillermina Baeza: "La roba de bany i la llenceria no són simples accessoris. Actualment tenen la mateixa importància que les peces exteriors."

El gran mèrit de Guillermina Baeza ha estat adaptar-se sempre a les necessitats del mercat, gràcies a la seva intuïció, que li ha permès abraçar-ne sempre els diferents segments, en funció dels estils, dels gustos i de les edats.

Actualment, al costat de la dissenyadora, trobem també la seva filla, Belén Larruy, com a directora de l'equip creatiu.

La diseñadora Guillermina Baeza nace en el protectorado español de Marruecos. En los años 60 se traslada a Barcelona y, en los 70, empieza su andadura profesional que, la llevó, en los años 80, a desfilat en las principales pasarelas de moda europeas.

Su continuada presencia en las pasarelas ha creado un estilo propio, que afianza la máxima de la filosofía de Guillermina Baeza: "El baño y la lenceria no son meros accesorios. Hoy cobran la misma importancia que las prendas exteriores".

El gran mérito de Guillermina Baeza ha sido adaptarse siempre a las necesidades del mercado, gracias a su intuición, cubriendo los diferentes segmentos del mismo en función de estilos, gustos y edades.

Actualmente, junto a la diseñadora se encuentra también su hija, Belén Larruy, dirigiendo el equipo creativo.

The designer Guillermina Baeza was born in the Spanish protectorate of Morocco. In the 60s she moved to Barcelona and then in the 70's started her professional career that took her in the 80's to exhibit at major European fashion shows.

Her continued presence on the catwalks has created a unique style, that underscores the tenet of the Guillermina Baeza philosophy: "Swimwear and lingerie are not mere accessories. Today they are as important as outer garments."

The great merit of Guillermina Baeza has always been to adapt to the needs of the market, thanks to her intuition, covering different segments of the same in terms of styles, tastes and ages.

Currently, the designer's daughter, Belén Larruy, also works with her, directing the creative team.



GUILLERMINA BAEZA



Sweet years

Amb la música dels setanta de fons —una dècada meravellosa de canvi, d'obertura en la cultura, en l'art, en la religió i, per descomptat, en la moda— neix la col·lecció per a l'estiu del 2016 de Guillermina Baeza.

Les peces, a través d'obertures i de transparències, s'entrellacen amb l'asimetria en un joc que deixa al descobert la bellesa del cos femení.

La gamma de colors ha estat escollida per aportar-hi vitalitat, harmonia i optimisme. Taronges, maduixes, pistatxos i blaus profunds s'alternen amb l'elegància bohèmia del negre.

El toc retro l'aporten els estampats, dignes d'aquells anys: ratlles amples, topes irregulars i flors diluïdes de diferents mides configuren el mapa gràfic de la col·lecció.

Sweet years

Sonando de fondo la música de los años setenta -década maravillosa de cambio, de apertura en la cultura, el arte, la religión y, por supuesto, la moda- nace la colección para el verano del 2016 de Guillermina Baeza.

Las prendas, a través de aberturas y transparencias, se entrelazan con la asimetría en un juego que deja al descubierto la belleza del cuerpo femenino.

La gama de colores ha sido escogida para dar vitalidad, armonía y optimismo. Naranjas, fresas, pistachos y azules profundos se alternan con la elegancia bohemia del negro.

El toque retro lo aportan los estampados, dignos de estos años: rayas anchas, topes irregulares y flores diluidas en distintos tamaños configuran el mapa gráfico de la colección.

Sweet years

Playing in the background: music of the seventies—a marvelous decade of change, of an openness of culture, art, religion and, of course, fashion—the Guillermina Baeza summer 2016 collection is born.

The garments, through slits and transparencies, intermingle with asymmetry in a game which uncovers the beauty of the female body.

The color range has been chosen to impart vitality, harmony and optimism. Oranges, strawberry reds, pistachios and deep blues alternate with the bohemian elegance of black.

The retro touch is provided by the prints and patterns, worthy of those years: broad stripes, irregular dots and washed flowers of different sizes make up the graphic content of the collection.

ISOMETRIC

30 / 06 / 2015 - 11h

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

Isometric guanyà el Premi Nacional de la Generalitat de Catalunya al Disseny Emergent 080 Barcelona Fashion en l'edició d'hivern 2015 amb la seva primera col·lecció, "Psyche".

Isometric es el proyecto creativo compartido por los diseñadores Joan Ros Garrofé y Jessica Montes Bonito. Se conocen trabajando en Martín Lamothe. Él es diseñador de la línea de hombre y de estampados desde 2012, y ella asistente de diseño. Joan Ros también es graduado en diseño de moda con matrícula de honor por BAU, Centro Universitario de Diseño, en 2014, y finalista en los premios ModaFAD del mismo año. Jessica Montes es estilista por el IDEP y finalista del concurso Photo Shoot Contest 2014.

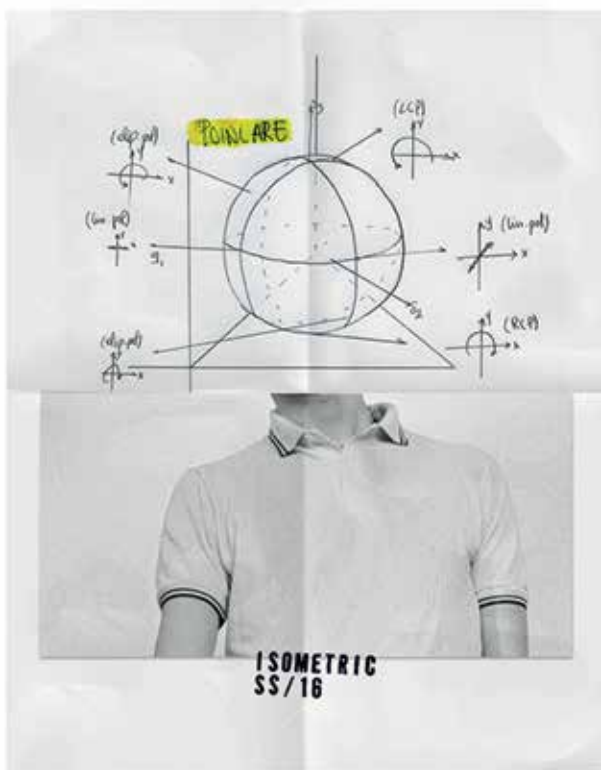
Isometric gana el Premio Nacional de la Generalitat de Catalunya al Diseño Emergente, 080 Barcelona Fashion, en la edición de invierno 2015 con su primera colección: Psyche.

Isometric is the joint creative project of the designers Joan Ros Garrofé and Jessica Montes Bonito. They met while working at Martin Lamothe. He has been a menswear and pattern designer there since 2012 and she a design assistant. Joan Ros also graduated cum laude in fashion design from BAU, Design College of Barcelona, in 2014 and was a finalist for the ModaFad award the same year. Jessica Montes is a stylist for IDEP and was a finalist in the 2014 Photo Shoot Contest.

Isometric won the Generalitat of Catalonia's 080 Barcelona Fashion National Award for Emergent Design at the Winter 2015 edition with their first collection: Psyche.



ISOMETRIC



Poincaré

La conjectura de Poincaré pretén discernir la topografia de l'univers, explicant la relació entre formes, espais i superfícies. Aquesta teoria busca classificar qualsevol figura en una de més simplificada que compleixi les mateixes propietats.

La col·lecció mostra una narració lineal sobre el transcurs de l'estudi del teorema. Els teixits de sastreria en contraposició amb els tècnics, de la mateixa manera que els estampats digitals amb brodats manuals, tradueixen el procés de creació científica. El constant diàleg de les mans amb la tecnologia. El blanc com a llenç, principi de procés creatiu. El gris com a transcurs del pensament, assaig i error. El colors plans com a resultats, demostració.

Poincaré

"La conjetura de Poincaré" pretende discernir la topografía del universo, explicando la relación entre formas, espacios y superficies. Esta teoría busca clasificar cualquier figura en una más simplificada que cumpla las mismas propiedades.

La colección muestra una narración lineal sobre el transcurso del estudio del teorema. Los tejidos de sastrería en contraposición con los técnicos, de la misma manera que los estampados digitales con bordados manuales, traducen el proceso de creación científica. El constante diálogo de las manos con la tecnología. El blanco como lienzo, principio del proceso creativo. El gris como un transcurso del pensamiento, prueba error. Los colores planos como resultados, demostración.

Poincaré

Poincaré's conjecture attempts to describe the topography of the universe, explaining the relationship between form, space and surface. This theory looks to classify any shape as a simpler one which has the same properties.

The collection shows a linear narrative of the process of investigation of the theorem. Tailored fabrics juxtaposed with technical fabrics, in the same way that digital prints with manual embroidery portray the process of scientific creation. The constant dialogue between hands and technology. White as the canvass, starting point of the creative process. Gray as the rational process; trial and error. Solid colors as the result; proof.

JOSEP ABRIL

30 / 06 / 2015 - 17.30h

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

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

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

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

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

Nace en Barcelona en el 1962.

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

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

En el año 2006 nace el proyecto "Bespoke" de sastrería a medida. En el 2007 forma Abril Studio, estudio de creación de conceptos y proyectos de moda. Lanza la línea "Uniformed By" de uniformidad de diseño. Crea vestuarios para espectáculos, teatro y ópera. Imparte clases y workshops en diferentes escuelas de diseño (IED, ESDi, Elisava y Felicidad Duce). Ejerce de consultor externo y director de arte.

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

En el 2014, realiza el vestuario para la ópera "Fliegende Holländer" - La Fura dels Baus / Alex Ollé en la Opera de Lyon, y recibe el premio a la mejor colección otoño/invierno 2014-15 durante la edición de enero del 2014 de la 080 Barcelona Fashion.

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

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

In 2007 he forms ABRIL STUDIO, a studio for creating fashion CONCEPTS and PROJECTS. He launches the line "UNIFORMED BY" of design uniformity. He creates the costumes for shows, theater and opera. He gives classes and workshops at different Design Schools: I.E.D., ESDI, ELISAVA and FELICIDAD DUCE. He operates as an external consultant and Art Director. In 1991 he wins the first GAUDÍ Prize for new designers. In 2004 he receives the GQ Award for best designer for men in the country. In 2008 he receives the "Barcelona es Moda" (Barcelona is fashion) accolade for the best professional.

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



Dissenyador / diseñador / designer:
Josep Abril

Marca comercial / commercial brand:
Josep Abril

T. +34 930 047 280 / 640 666 525
www.josepabril.com
contact@josepabril.com

JOSEP ABRIL



SS#2016N37

SS#2016N37

SS#2016N37

JUSTICIA RUANO

02 / 07 / 2015 - 17.30h

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

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

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

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

Justicia Ruano es una compañía creada en 2009 en Barcelona. Tras una larga trayectoria en el mundo del diseño -dentro de grandes marcas-, su directora creativa, Justicia Ruano, ha querido reinventar, con su particular visión, el lujo y la femineidad actual.

La cuidada selección de todos los materiales, las telas, patrones y todo el proceso de cada prenda, hacen de Justicia Ruano una marca en la que el detalle y la calidad son parte de sus señas de identidad. Con cada propuesta y diseño se reflejan las diferentes formas de ver la moda femenina en cada etapa, creando colecciones verdaderamente atemporales.

Especializada en el prêt-à-porter, muestra en cada colección piezas para ocasiones y momentos especiales. Esto se consigue con la utilización de multitud de materiales, sedas, crepés, chiffon, chantillís, cuero, piel, bordados a mano,...que hacen posible confeccionar un total look de tendencia.

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

Justicia Ruano is a company created in 2009 in Barcelona.

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

The careful selection of all materials, fabrics, patterns and the whole process of each garment, make Justicia Ruano a brand in which detail and quality are an integral part of its identity. Each proposal and design reflects the different ways of seeing women's fashion at every stage, creating truly timeless collections. Specializing in prêt-à-porter they show, in each collection, pieces for special occasions and moments.

This is achieved with the use of a multitude of materials; silks, crepes, chiffon, chantillís, leather, fur, manual embroidery..., that make a trendy "total look" possible.

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





EL JARDIN DE MONET

La nova col·lecció d'estiu germina dues variants que encarrilen camins diferents: l'estudi de les textures visuals i tàctils, treballades en blanc i negre (ràfies, prisats, reixetes...), i l'estudi del color mitjançant teixits més llisos, amb barreges lluminoses, treballats amb transparències (organzes, gasses de seda...), superposicions (xantillí, guipur...) i estampats amb motius igualits pictòrics.

El motiu floral agafa protagonisme aquesta temporada en el xantillí i el guipur estampats i amb volum a les peces.

Les variacions cromàtiques es concentren en les gammes càlides, com el fúcsia, els roses i els taronges barrejats entre ells, de manera que creen nous ambients de color.

EL JARDIN DE MONET

La nueva colección de verano germina entre dos variantes que encauzan caminos diferentes, el estudio de las texturas visuales y táctiles, trabajadas en blanco y negro (rafias, plisados, rejillas...) y el estudio del color mediante tejidos más lisos con mezclas luminosas trabajados con transparencias (organzas, gasas de seda...), superposiciones (chantilly, guipur...) y estampados con motivos agudados pictóricos.

El motivo floral coge protagonismo esta temporada en el chantilly, guipur, estampados y con volumen en las prendas.

Las variaciones cromáticas se concentran en las gamas cálidas como el fucsia, los rosas, los naranjas entremezclados entre sí, surgiendo así nuevos ambientes de color.

MONET'S GARDEN

The new summer collection germinates between two varieties which take different paths, the investigation of visual and tactile textures, worked in black and white (raffia, pleats, wicker...) and the investigation of color through more flat fabrics mixed with reflective pieces with diaphanous materials (organza, silk gauze...) overlays (chantilly lace , guipure...) and prints with washed pictorial motifs.

The floral motif takes center stage this year in the chantilly lace, guipure and in the patterns and volumes of the garments.

The color variations center around warm hues like fuchsia, pinks and oranges intermingled to create new color arrangements.

KRIZIA ROBUSTELLA

01 / 07 / 2015 - 12.30h

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

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

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





AFTER SUN

Tan hot que ni els rajos del sol s'atreixeixen a mirar-les, les first class bitches en què la dissenyadora Krizia Robustella s'ha inspirat per a la seva nova col·lecció passaran de tot menys desapercibudes, amb les seves noves creacions. El xandall deluxe de Robustella puja al iot aquest estiu, i l'omple de rosa, de taronja, de groc, de verd i de negre, en teixits amb transparències i peces de tall Chanel, en què la il·lustradora Susana López ha deixat, també, empremta, amb els seus irònics estampats que representen aquestes reines de l'after sun. text_isabel sánchez-vallejo

AFTER SUN

Tan hot que ni los rayos de sol se atreven a mirarlás, las first class bitches en las que la diseñadora Krizia Robustella se ha inspirado para su nueva colección pasarán de todo menos desapercibidas con sus nuevas creaciones. El chándal de luxe de Robustella se sube este verano al yate llenándolo de rosa, naranja, amarillo, verde y negro; en tejidos con transparencias y prendas de corte Chanel en los que la ilustradora Susana López ha dejado también huella con sus irónicos estampados, representando el ostentoso estilo de estas reinas del after sun. texto_isabel sánchez-vallejo

AFTER SUN

Not even the sun's rays dare look at them, the first class bitches on which Krizia Robustella has inspired her new collection will go everything but unnoticed in her new creations. Robustella's deluxe track suit this summer boards the yacht and fills it with pink, orange, yellow, green and black with sheer inserts and Chanel cut garments on which the illustrator Susana López has left her mark with her ironic prints depicting the ostentatious style of these after sun queens. text_isabel sánchez-vallejo

LEBOR GABALA

30 / 06 / 2015 - 12.30h

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

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

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



LEBOR GABALA

URBAN FOLK

Per al pròxim estiu, la col·lecció de Lebor Gabala estira el fil del boho-chic per sembrar les peces de brodats i creuar referències urbanes amb ètniques i folk.

Amb un divertiment d'estil, que es recrea en la confusió, les peces barregen elements masculins i femenins, com un coll camiser amb un volant, o una pitrera de guayabera amb un ponxo. Tot es qüestiona, es fuig del que és obvi per crear una proposta de peces diferents i, tanmateix, conegudes. Els setanta aporten la seva pinzellada retro en estampats que van de la paret a la tribu, o de la pantalla de l'ordinador a un prat florit. Les ratlles camiseres en popelín s'entrellacen amb altres temes, però no s'obliden de les camises. En el punt, les greques s'alternen amb les ones, mentre que el jacquard oneja sobre les espatlles. Acollidors, els neutres, tan tous i rentats com sempre, aporten el seu toc de calma a una col·lecció que expressa intensament l'alegria de viure.

URBAN FOLK

Para el próximo verano, la colección de Lebor Gabala tira del hilo del boho-chic para sembrar las prendas de bordados y cruzar referencias urbanas con étnicas y folk.

Con un divertimento de estilo que se recrea en la confusión, las prendas mezclan elementos masculinos y femeninos, como un cuello camisero con un volante, o una pechera de guayabera con un poncho. Todo se cuestiona, huyendo de lo obvio, para crear una propuesta de prendas diferentes y sin embargo conocidas.

Los setenta aportan su pincelada retro en estampados que van de la pared a la tribu, o de la pantalla del ordenador a un prado florido.

Las rayas camiseras en popelín se enredan con otros temas, pero no se olvidan de las camisas.

En el punto, las grecas alternan con las olas mientras el jacquard ondea sobre los hombros. Acogedores, los neutros, tan blandos y lavados como siempre, aportan su toque de calma a una colección que expresa intensamente la alegría de vivir.

URBAN FOLK

For next summer Lebor Gabala's collection unravels boho-chic to dot her garments with embroidery and to cross urban references with ethnic and folk ones.

With a fun style that delights in confusion, the garments mix masculine and feminine elements like a shirt collar with a frill, a bib fronted loose shirt with a poncho. Everything is questioned, fleeing the obvious, to create a proposal of different but somehow familiar garments.

The 70s contribute their retro touch with prints that go from the wall to the tribe, from the computer screen to a blossoming meadow. Poplin shirt stripes intertwine with other themes without forgetting shirts themselves.

In knitwear, fretwork alternates with waves while jacquards flow from the shoulders. The snug neutrals, as soft and washed as always, add their calm touch to a collection which intensely expresses the joy of living.

MANUEL BOLAÑO

02 / 07 / 2015 - 19h

Manuel Bolaño va néixer a Barcelona però es va criar a Galícia. El 2002 es trasllada a Barcelona i el 2007 es gradua a l'Escola Superior de Disseny i Moda Felicidad Duce. Guanya el premi a la millor col·lecció de la seva promoció al Bread & Butter Barcelona. Participa a la Pasarela Abierta de Múrcia i guanya premis als concursos de Joves Creadors de Madrid, al Festival de moda gallega Noovo de Santiago de Compostela i és seleccionat per participar en el Projecte Bressol de la Generalitat de Catalunya. Des del 2008 presenta les seves col·leccions a la 080 Barcelona Fashion i ha guanyat el premi a la millor col·lecció femenina en dues ocasions: Estiu 2011, amb "Algo de mí", i Estiu 2012, amb "Cómo reparar un corazón roto".

Nacido en Barcelona, pero criado en Galicia. En 2002 se traslada a Barcelona, y en 2007 se gradúa en la Escuela Superior de Diseño y Moda Felicidad Duce, donde obtiene el premio a la Mejor Colección de su promoción en Bread & Butter Barcelona. Participa en la Pasarela Abierta de Murcia, y gana premios en los Concursos de Jóvenes Creadores de Madrid, en el Festival de moda gallega Noovo de Santiago de Compostela, Murcia Joven y es seleccionado para el Proyecto Bressol de la Generalitat de Catalunya. Desde 2008 presenta sus colecciones en 080 Barcelona Fashion y ha sido ganador del Premio a la Mejor Colección femenina en dos ocasiones: Verano 2011 "Algo de mí" y Verano 2012 "Cómo reparar un corazón roto".

Born in Barcelona, but brought up in the Spanish province of Galicia. In 2002 he moved back to Barcelona, and in 2007 graduated from the College of Design and Fashion Felicidad Duce, where he won the prize for the best Collection in his year-group at Bread & Butter Barcelona. He takes part in the Open Catwalk of Murcia, and wins prizes at the competition for Young Creators in Madrid, the Noovo Festival of Santiago de Compostela, Young Murcia and is selected for the Bressol Project of the Government of Catalonia. Since 2008 he has unveiled his collections at 080 Barcelona Fashion and has won the prize for the best female collection on two occasions: Summer 2011 "Something about me", and Summer 2012 "How to repair a broken heart".





MANUEL BOLAÑO

ARTISAN DEPUIS 2008



El diario de una niña lobo

Queda't a jugar amb nosaltres, no és dolent ser diferent, no és dolent ser una nena llop a la nit, darrere la lluna. Són les 4 a.m. i no podem dormir. Apagaré tots els llums, les llanternes, els focus, però no les estrelles. Ella fatxendejava, ella es divertia, ella era astuta. Però se sentien llops a prop i l'albada ataronjada i rosada ja no li va brillar més. Corre tan ràpid com puguis i allunya't de mi. Camufla't entre la boira, com si fossis un diamant de pol·len. Però ens vam assegurar al costat de Celsa i ella va escriure aquella primera pàgina del "Diario de una niña lobo".

El diario de una niña lobo

Quédate a jugar con nosotras, no es malo ser diferente, no es malo ser una niña lobo en la noche, detrás de la luna. Son las 4 a.m. y no podemos dormir, apagaré todas las luces, las linternas, los focos, pero no las estrellas. Ella se pavoneaba, ella se divertía, ella era astuta. Pero se oían lobos cerca y el amanecer anaranjado y rosado ya no le brillo más. Corre tan rápido como puedas y aléjate de mí. Camúflate entre la niebla, como si fueses un diamante de polen Pero nos sentamos junto a Celsa y ella escribió esa primera página del diario de una niña lobo.

Diary of A Wolf Girl

Stay and play with us. Being different isn't bad. Being a wolf girl chasing the moon at night isn't bad. It's 4am and we can't sleep. I will turn out all the lights, switch off the torches and the outside spotlights but not the stars. She preened, she had fun, she was cunning, but we could hear the wolves nearby and the orange and pink light of dawn never shone on her. Run as fast as you can and stay away from me. Hide in the mist as if you were a pollen grain made of diamond but we sat with Celsa and she wrote the first page of this, the diary of a wolf girl.

MENCHÉN TOMÀS

02 / 07 / 2015 - 20.30h

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

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

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



MENCHÉN TOMÀS

#19 /04 /1995



IDENTITATS

Mentre el meu pare es vestia meticulosament davant del mirall, jo l'observava i també l'escoltava. Durant aquell ritual, que ell prolongava cordant-se amb lentitud la camisa o allisant amb insistència unes arrugues invisibles, acostumava a divagar en veu alta sense prestar-me atenció. En una ocasió, però, es va girar per advertir-me que mai no llencés res sense intentar apropiari-m'ho abans. I ara, davant del seu mirall, ajustant-me la seva camisa, m'hi reconec.

Partir d'allò que és masculí i transformar-ho fins a aconseguir una aparença radicalment femenina és el propòsit d'aquesta nova col·lecció. L'inici del viatge són peces que s'han convertit en icones de la masculinitat, com la camisa, la cazadora perfecta o els pantalons de cintura alta, però, al final del trajecte, d'aquests mateixos elements sorgirà una silueta de dona. Pel camí s'han arrodonit les espatlles, s'han perfilat les cintures i s'han afegit escots, de manera que allò que és femení comença a despuntar.

IDENTIDADES

Mientras mi padre se vestía meticulosamente frente al espejo, yo le observaba y también le escuchaba. Durante ese ritual, que él prolongaba abotonándose con lentitud la camisa o alisando con insistencia unas arrugas invisibles, solía divagar en voz alta sin prestarme atención. En una ocasión, sin embargo, se giró para advertirme que no desechara nada sin antes intentar apropiármelo. Y ahora, frente a su espejo ajustándome su camisa, me reconozco.

Partir de lo masculino y transformarlo hasta conseguir una apariencia radicalmente femenina es el propósito de esta nueva colección. El inicio del viaje son prendas que se han convertido en iconos de la masculinidad, como la camisa, la cazadora perfecta o el pantalón de talla alto, pero, al final del trayecto, de esos mismos elementos surgirá una silueta de mujer. Por el camino se han redondeado hombros, perfilado cinturas y añadido escotes de manera que lo femenino empiece a despuntar.

IDENTITIES

While my father meticulously dressed himself in front of the mirror, I would watch and also listen to him. Throughout this ritual, which he prolonged slowly buttoning his shirt or insistently flattening some non-existent wrinkles, he used to ramble to himself without paying me the least attention. On one occasion however, he turned to me and warned me never to dispose of anything without first trying appropriate it and now as I stand before his mirror snuggling into his shirt, I recognize myself.

Start with the masculine and transform it until it achieves a radically feminine appearance is the purpose of this new collection. The journey begins with iconic masculine garments like dress shirts, the perfect jacket or high-waisted trousers, but at the end of the journey from these same elements a feminine silhouette will arise. On the way the shoulders have been rounded, waists drawn in and necklines adjusted so that the feminine begins showing. the feminine.

MIQUEL SUAY

02 / 07 / 2015 - 14h

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



MIQUELSUAY

La cúpula de la sala XX dels Drets humans de l'ONU de Miquel Barceló és el pretext d'inspiració, l'element emocional que fa que arranque tot el projecte creatiu de Lapislàzuli, la nova col·lecció de prêt-à-port masculí 2016. Obra d'art indiscutible, considerada per alguns com la nova capella Sixtina. Simbolitza un mar en moviment, una cova i un missatge d'esperança. Metàfora de risc, solidaritat, innovació, diàleg, multilateralisme etc. Art en gran, una proposta plena de símbols, que representen la diversitat del món i la ciutadania com a eix central. Des d'aquest punt de partida, Miquel Suay visualitza el fascinant entorn cultural que resulta el mar Mediterrani, origen de vida, emissor de cultura i civilització, representada per la considerada primera universitat del món: la Biblioteca d'Alexandria, espai de diàleg i recerca. Les produccions artístiques d'aquest conjunt de pobles grecs i llatins, que tracen tota la costa mediterrània. L'arquitectura, les costums, tot molt lligat al voltant de la temàtica del mar. Amalgama de blaus, blancs espumosos de les ones, lluminositat del sol en el mar i colors coralins, desencadenen una col·lecció on els teixits, colorimetria y formes reflecteixen clarament aquest esperit:

- llin, cotons brodats (alovers), punt de xarxa, sargues elàstiques, popelins i creps.
- Blaus, Arena amb el lli al capdavant, colors primaris : groc, vermell, verd, morat, etc.
- Peces folgades i confortables, amplis volums en pantalons, T-shirts. Camises.
- Cotó amb elements estampats, brodats, artesanía de punt de ganxo.
- Sandàlies de cuir i Espardenyes de canem. Etc...

Una col·lecció de disseny molt pensat, funcional i pràctic, però alhora amb una actitud que experimenta amb textures que, en definitiva, juguen amb els sentits, una tendència que suposa una actitud en la vida, una inquietud per descobrir.

La cúpula de la sala XX de los Derechos humanos de la ONU de Miquel Barceló es el pretexto de inspiración, el elemento emocional que hace que arranque todo el proyecto creativo de Lapislàzuli, la nueva colección de pret-à-porter masculino 2016 de Miquel Suay. Obra de arte indiscutible, considerada por algunos como la nueva capilla Sixtina, simboliza un mar en movimiento, una cueva y un mensaje de esperanza. Metáfora de riesgo, solidaridad, innovación, dialogo, multilateralismo etc. Arte en grande, una propuesta llena de símbolos, que representan la diversidad del mundo y la ciudadanía como eje central. Desde este punto de partida, Miquel Suay visualiza el fascinante entorno cultural que resulta el mar Mediterráneo como origen de vida, emisor de cultura y civilización, representada por la considerada primera universidad del mundo: la Biblioteca de Alejandría, espacio de diálogo e investigación. Las producciones artísticas de este conjunto de pueblos griegos y latinos, que trazan en toda la costa mediterránea su arquitectura, sus costumbres con todo muy ligado alrededor de la temática del mar. Amalgama de azules marinos, blancos espumosos de las olas, luminosidad del sol en el mar y colores coralinos, desencadenan una colección donde los tejidos, colorimetría y formas reflejan claramente este espíritu:

- Lino, algodones bordados (alovers), punto de red, sargas elásticas, popelines y creps.
- Azul, Arena con el lino al frente, colores primarios : amarillo, rojo, verde, morado, etc.
- Piezas holgadas y confortables, amplios volúmenes en pantalones, T-shirts. Camisas.
- Algodón con elementos estampados, bordados, artesanía de ganchillo.
- Sandalias de cuero y Alpargatas de yute. Etc...

Una colección de diseño muy pensado, funcional y práctico, pero a la vez con una actitud que experimenta con texturas que, en definitiva, juegan con los sentidos una tendencia que supone una actitud en la vida, una inquietud por descubrir.

The Miquel Barceló's dome of Room XX of Human Rights and the Alliance of Civilizations from the UN is the pretext of inspiration , the emotional element that makes all the creative start Lapislàzuli project , the new collection of men prêt-à-porter 2016 of Miquel Suay .An undisputed artwork, which is considered for some as the new Sistine Chapel of the XXI century, which symbolizes a sea in motion, a cave and a message of hope. Metaphor of: risk, solidarity, innovation, dialogue, multilateralism, etc. Big art, a proposal full of symbols, which represents world's diversity and citizenship as central. From the starting point, Miquel Suay starts to visualize how fascinating, at the cultural level, is the Mediterranean Sea. Origin of life, transmitter of culture and civilization represented by its greatest exponent: Alexandria's library as a space of dialogue and investigation. The artistic productions of this set of Latin and Greek civilizations, which chart the Mediterranean coast its architecture, all customs closely tied around the theme of the sea. Amalgam of navy blue, sparkling white of the waves, bright sunshine at sea and coral colors, trigger a collection where the tissues , colorimetry and shapes clearly reflect this spirit:

- Linen, embroidered cottons (alovers) network point , elastic twill, poplin and pancakes.
- Blue, Arena with flax front, çpri-mary colors: yellow, red , green, purple.
- Loose and comfortable pieces, large volumes in pants, T -shirts.
- Cotton patterned elements , embroidered, crochet craft .

Leather sandals and jute espadrilles. Etc...

A collection of design very thought out, functional and practical , yet with an attitude that experiments with textures that ultimately play with the senses a trend which is an attitude in life , a concern to discover.

MIRIAM PONSA

30 / 06 / 2015 - 16h

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

Miriam Ponsa dissenya totes les col·leccions al seu taller de Manresa i produeix les col·leccions en tallers catalans. Valors com l'esforç, el treball en equip, l'autenticitat i la recuperació de tècniques artesanals formen part del seu manifest. Les seves col·leccions estan rebent nombrosos reconeixements. El darrer d'una llarga llista és el premi a "Dones mula" com a millor col·lecció de la Passarel·la 080 Primavera-Estiu 2015, atorgat per la Generalitat de Catalunya.

Fotografia Txema Salvans

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

MIRIAM PONSA diseña todas las colecciones en su taller de Manresa y produce todas las colecciones en talleres catalanes. Valores como el esfuerzo, el trabajo en equipo, la autenticidad y la recuperación de técnicas artesanales forman parte de su manifesto.

Sus colecciones están recibiendo numerosos reconocimientos. El último de una larga lista es el premio a "Dones mula" ("Mujeres mula") como mejor colección de la Pasarela 080 Primavera-Verano 2015, otorgado por la Generalitat de Catalunya.

Fotografía Txema Salvans

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

MIRIAM PONSA designs all the collections in her workshop in Manresa and the garments are produced in workshops in Catalonia. Values like endeavor, team work and authenticity are important to her as well as the recuperation of handicraft techniques and they all form part of her manifesto.

Her collections have received numerous accolades; the latest the award for the best collection for her collection "Mule Women" at the last edition of 080 Barcelona Fashion spring/summer 2015/2016, awarded by the Generalitat of Catalonia. Photography Txema Salvans



MIRIAM PONSA



ART POBRE (ARTE POVERA)

El terme art pobre (arte povera) fou creat el 1967 pel crític d'art Germano Celant i s'empra per referir-se a un moviment d'artistes que usen materials considerats pobres per provocar la reflexió entre l'objecte i la forma.

Aquesta col·lecció és una reflexió sobre el model de consum i una cerca de l'essència de la matèria. Es creen peces artesanals amb cordó de gran diàmetre i goma elàstica. El teler manual és un suport d'experimentació i es treballa també la tècnica de la cistelleria. Els teixits de cotó, lli i seda translúcids són omnipresents a la col·lecció. Es recuperen petites peces metàl·liques, i teixits i cintes de ras que resulten en prisats. Les formes oversize es treballen recuperant patrons antics i adaptant-los a l'actualitat. La serigrafia s'utilitza per estampar-hi elements quotidians. El blanc, el negre i diferents tonalitats de cru donen uniformitat al conjunt i rellevància al material.

ARTE POBRE (ARTE POVERA)

El término arte pobre (arte povera) fue creado en 1967 por el crítico de arte Germano Celant y se emplea para referirse a un movimiento de artistas que utilizan materiales considerados pobres para provocar la reflexión entre el objeto y la forma. Esta colección es una reflexión sobre el modelo de consumo y una búsqueda de la esencia de la materia.

Se crean prendas artesanales con cordón de gran diámetro y goma elástica. El telar manual es un soporte de experimentación y se trabaja también la técnica de la cestería.

Los tejidos de algodón, lino y seda translúcidos son omnipresentes en la colección. Se recuperan prendas metálicas, y tejidos y cintas de raso que resultan en plisados.

Las formas oversize se trabajan recuperando patrones antiguos y adaptándolos a la actualidad. La serigrafía se utiliza para estampar elementos cotidianos.

El blanco, el negro y diferentes tonalidades de crudo dan uniformidad al conjunto y relevancia al material.

POOR ART (ARTE POVERA)

Poor art (arte povera) was created by the art critic Germano Celant in 1967 and the term is used to refer to an artistic movement which used what are considered poor materials to provoke a reflection on the object and the form.

This collection is a reflection on the model of consumption and a search for the essence of the material.

There are artisanal pieces made of very thick diameter rope and elastic band. We experiment with the handloom and basket weaving techniques are also used.

Cotton, linen and translucent silks are employed throughout the collection. We recover the use of small metallic pieces and fabrics and satin ribbon which is pleated.

We work with oversized forms recuperating old patterns and adapting them to the present day.

Screen printed everyday elements Black, white and different shades of cream impart uniformity to the whole and relevance to the material.

OSCARLEON

03 / 07 / 2015 - 11h

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

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

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

El 2005 va crear el projecte "Trash Lifestyle".

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

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

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

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

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

En el 2005 crea su proyecto "Trash Lifestyle".

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

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

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

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

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

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

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

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





Vision double d'un été noir...

Sensopercepció és la capacitat que té una persona d'interactuar amb el món extern i d'internalitzar els estímuls que en registra.

Encara que l'estímul físic sigui el mateix, la interpretació pot ser molt diferent. Una persona experimenta a partir dels estímuls que rep mitjançant els sentits: el gust, el tacte, l'olfacte, l'oïda i la vista. La percepció, per la seva banda, suposa el registre i el reconeixement de la realitat física a través de l'organització d'aquestes sensacions.

Vision double d'un été noir...

Sensopercepción es la capacidad que tiene una persona de interactuar con el mundo externo y de internalizar los estímulos que registra de él. Aunque el estímulo físico sea el mismo, la interpretación puede ser muy diferente. Una persona experimenta a partir de los estímulos que recibe mediante los sentidos: el gusto, el tacto, el olfato, la audición y la vista. La percepción, por su parte, supone el registro y el reconocimiento de la realidad física a través de la organización de estas sensaciones.

Vision double d'un été noir...

Sensory perception is the ability each person has to interact with the external world and of internalizing the stimuli received from it. Even though the physical stimulus received is the same, the interpretation thereof may be very different. A person experiences according to the stimuli received through the senses: taste, touch, smell, hearing, and sight. Perception in turn, involves the registration and recognition of physical reality through the organization of these sensations.

PABLO ERROZ

01 / 07 / 2015 - 12.30h

Pablo Erroz és una marca de moda "ready to wear" per a home i dona, fundada el 2012 pel dissenyador que dóna nom a la firma.

La marca es defineix per l'ús de materials de primera qualitat, així com per una gran atenció al detall i un sentit del gust refinat, que barreja conceptes clàssics i de modernitat. Amb un producte creat en la seva totalitat a Espanya. Des dels seus inicis, la marca ha estat present a diverses passarel·les, com la València Fashion Week, la Mercedes-Benz Fashion Week de Madrid, la Viena Fashion Week (convidat per l'ambaixada espanyola) i, recentment, a la 080 Barcelona Fashion Week.

Pablo Erroz compta amb diferents premis al llarg de la seva trajectòria, entre els quals en destaquen alguns com el Premi Onda Cero 2014 al disseny. Aquell mateix any, també va guanyar el premi del Barcelona Designers Collective, comissariat per Georgina Chapman (fundadora de Marchesa) i el prestigiós crític de moda Colin McDowell.

També compta amb un gran nombre d'aparicions en la premsa destacada del sector, tant nacional com internacional.

Actualment, des del seu estudi de disseny, Pablo Erroz col·labora activament amb altres marques nacionals i internacionals.

Pablo Erroz es una marca de moda "ready to wear" para hombre y mujer, fundada en 2012 por el diseñador que da el nombre a la firma.

La marca se define por el uso de materiales de primera calidad, así como por una gran atención al detalle y un sentido de gusto refinado, mezclando conceptos clásicos y de modernidad. Con un producto creado en su totalidad en España. Desde sus inicios, la marca ha estado presente en diferentes pasarelas como Valencia Fashion Week, Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, Vienna Fashion Week (invitado por la embajada española) y, recientemente, en la 080 Barcelona Fashion Week.

Pablo Erroz cuenta con diferentes premios a lo largo de su trayectoria, entre otros, destacan algunos como el Premio Onda Cero 2014 al diseño. Ese mismo año también se alzó con el premio del Barcelona Designers Collective, comisariado por Georgina Chapman (fundadora de Marchesa) y el prestigioso crítico de moda Colin McDowell.

Cuenta también con un gran número de apariciones en la prensa destacada del sector, tanto nacional como internacional.

En la actualidad, desde su estudio de diseño, Pablo Erroz colabora activamente para otras marcas nacionales e internacionales

Pablo Erroz was founded in 2012.

Named after the designer, it is a label that produces ready to wear fashion for men and women.

The brand is characterized for its use of top quality materials, its attention to detail and refined taste, combining classical and modern concepts and made, from start to finish, in Spain. Since its inception, the brand has participated in numerous fashion events like the Valencia Fashion Week, Mercedes Benz Fashion Week Madrid, Vienna Fashion Week (invited by the Spanish Embassy) and, more recently, at 080 Barcelona Fashion.

Pablo Erroz has received a number of awards throughout his career to date, the Onda Cero 2014 design award among others. In the same year he was also awarded the Barcelona Design Collective prize, commissioned by Georgina Chapman (founder of Marchesa) and the prestigious fashion critic Colin McDowell.

He has appeared a great number of times in trade publications both nationally and internationally.

From his design studio, Pablo Erroz currently collaborates with numerous national and international labels.





SYMBIOSIS

SYMBIOSIS S/S16 és la proposta presentada per a home i dona per a la temporada primavera-estiu 2016. Amb una interpretació personal del referent estètic de la cultura i l'art pop, consta de línies depurades amb diferents jocs de superposicions de ratlles, materials i colors. Beu d'una paleta cromàtica compresa entre colors que van des del navy, el celeste i el groc, complementats amb petits tocs de vermell i blanc i dos estampats que complementen la col·lecció. Els materials passen per piqués, brillants lamé, denim, teixits tècnics, cotons 100%, punt de seda, tricot, viscoses i napes.

SYMBIOSIS

SYMBIOSIS S/S16 es la propuesta presentada en hombre y mujer para la temporada Primavera/Verano 2016. Con una interpretación personal del referente estético de la cultura y el arte pop, consta de líneas depuradas con diferentes juegos de superposiciones de rayas, materiales y colores. Bebe de una paleta cromática comprendida entre colores que van desde el navy, y el celeste al amarillo, complementados con pequeños toques de rojo y blanco y dos estampados que complementan la colección. los materiales pasan por piqués, brillantes lamé, denim, tejidos técnicos, algodones 100%, punto de seda, tricot, viscosas y naps.

SYMBIOSIS

SYMBIOSIS S/S16 is the proposal for menswear and womenswear presented for the Spring/Summer 2016 season. With a personal interpretation of the esthetics of culture and pop art, it consists of austere lines with different interplays of stripes fabrics and colors. The collection draws from a color scale which goes from navy blue sky blue and yellow complemented by touches of red and white and two patterns that enhance the collection. Materials include pique, shiny lamé, denim, technical fabrics, 100% cottons, silk knitwear, tricot, viscose and nappa leather.

SITA MURT

30 / 06 / 2015 - 19h

Diplomada en ADE, la seva trajectòria professional està estretament vinculada a l'empresa Esteve Aguilera, on va començar, l'any 1996, al Departament d'Exportació. Des de ben jove, però, va acompanyar la seva mare, Sita Murt, als viatges per tot el món, per buscar noves idees i inspiracions. El seu interès creixent per la moda va dur-la a estudiar a l'Escola d'Arts i Tècniques de la Moda i va començar una nova etapa investigant tècniques de disseny, materials, formes...

L'any 2000 es va incorporar al Departament de Disseny, sota la direcció de Sita Murt. Actualment és la directora d'aquesta àrea creativa i coordina un equip de professionals, entre els que destaca Anna Porta, cap de Dissenyadors.

Diplomada en ADE, su trayectoria profesional está estrechamente vinculada a la empresa Esteve Aguilera, donde comenzó, el año 1996, en el Departamento de Exportación. Desde muy joven, sin embargo, acompañó a su madre, Sita Murt, en los viajes por todo el mundo, para buscar nuevas ideas e inspiraciones. Su interés creciente por la moda la llevó a estudiar en la Escuela de Artes y Técnicas de la Moda y empezó una nueva etapa investigando técnicas de diseño, materiales, formas...

El año 2000 se incorporó al Departamento de Diseño, bajo la dirección de Sita Murt. Actualmente es la directora de esta área creativa, donde coordina un equipo de profesionales, entre los que destaca Anna Porta jefe de Diseñadores.

With a diploma in Business Administration, her career is tightly linked to the company Esteve Aguilera, where she began in 1996 in the export department. As a youngster she accompanied her mother, Sita Murt, on trips around the world, looking for new ideas and inspiration. Her growing interest in fashion led her to study at the School of Arts and Fashion Techniques and a new stage in her career started, investigating design techniques, materials and forms...

In the year 2000, she joined the design department, under the wing of Sita Murt. She is currently the director of the design department where she coordinates a team of professionals one of whom, Anna Porta, head of the designers, deserves special mention.



Dissenyador / diseñador / designer:
Isabel Esteve / Anna Portat

Marca comercial / commercial brand:
Sita Murt

T. +34 938 037 411
www.sitamurt.com
isabelesteve@sitamurt.com

sita murt/



Els volums més sofisticats, a la vegada que bohemis, seran els protagonistes de la nova col·lecció de Sita Murt S/S 2016.

El diàleg entre teixits delicats, fluids i rústics, amb fils texturitzats en punt, en serà l'essència. La investigació sobre nous jacquards amb reminiscències tribals i ètniques ens portarà a un camp ple de noves textures i colors.

La feminitat més pura com a punt de partida, on les siluetes emmarquen des dels més profunds anys 70 fins a l'actualitat.

Los volúmenes más sofisticados, a la vez que bohemios, serán los protagonistas de la nueva colección de Sita Murt S/S 2016.

El diálogo entre tejidos delicados, fluidos y rústicos, con hilos texturizados en punto, será la esencia. La investigación en nuevos jacquards con reminiscencias tribales y étnicas nos aportará un campo lleno de nuevas texturas y colores.

La femineidad más pura como punto de partida, donde las siluetas enmarcan desde los más profundos años 70 hasta la actualidad.

The most sophisticated and at the same time bohemian volumes are the star of the new Sita Murt S/S 2016 collection.

The dialogue between delicate flowing fabrics and textured knitwear are to be the essence. Investigation into new jacquards with tribal and ethnic airs takes us to a field filled with new textures and colors.

With the purest femininity as the starting point from which the silhouettes frame from the deepest 70's to the present.

30 / 06 / 2015 - 14h

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Marca comercial / commercial brand:
TCN

T. +34 937 937 583
www.tcn.es
comunicacion@tcn.es



Primavera-estiu 2016

Primavera-verano 2016

Spring-summer 2016

TXELL MIRAS

30 / 06 / 2015 - 12.30h

Marca pròpia des del 2004.

Treballa per a la línia femenina de Neil Barrett des del 2003. 2010: convidada al On/Off de la London Fashion Week. 2009: finalista de la LICC (London International Creative Competition). 2008: inclosa al llibre 100 new fashion designers (Ed. Laurence King). 2007: finalista dels Mango Fashion Awards "El Botó" i finalista del concurs Gen Art New York Fashion Awards. És inclosa al llibre European Young Fashion Designers (Ed. Daab) 2006: Premi "Barcelona és moda" al millor professional del sector. 2005: Premi Lancôme com a millor dissenyador jove de l'any de la Passarel·la Gaudí. Llicenciada en belles arts per la Universitat de Barcelona.

Marca propia desde el 2004.

Trabaja para la línea femenina de Neil Barrett desde el 2003. 2010: invitada al ON/Off de la London Fashion Week. 2009: finalista de la LICC (London International Creative Competition). 2008: incluida en el libro 100 new fashion designers (Ed. Laurence King). 2007: finalista de los Mango Fashion Awards "El Botón" y finalista del concurso Gen Art New York Fashion Awards. Se la incluye en el libro European Young Fashion Designers (Ed. Daab). 2006: Premio "Barcelona és moda" al mejor profesional del sector. 2005: Premio Lancôme como mejor diseñador joven del año de la Pasarela Gaudí. Licenciada en bellas artes por la Universidad de Barcelona.

Txell Miras started her own brand in 2004. She has worked on the Neil Barrett women's line since 2003. In 2010 she was invited to participate in On/Off at the London Fashion Week. In 2009 she was a finalist at LICC (London International Creative competition). In 2008 she was included in the book 100 New Fashion Designers, published by Laurence King. In 2007 she was a finalist in the "El Botó" Mango Fashion Awards and finalist in the Gen Art New York Fashion Awards. She is included in the book Young Fashion Designers published by Daab. In 2006 she received the Barcelona Is Fashion award to the most professional designer in the sector. In 2005 she won the Lancôme Best Young Designer of the Year award at the Gaudí fashion show. She has a degree in Fine Arts from the University of Barcelona.





DISARM

La col·lecció sorgeix de l'intent de minimalitzar l'estètica militar, ja sigui a través de la descontextualització dels materials o de la funcionalitat de les peces.

No es tracta de modernitzar l'estètica militar, sinó que es tracta de desubicar ítems i detalls que es poden identificar o reconèixer com a propis d'un món uniformat, com els botons, els cinturons o les motxilles. També els volums de pantalons, faldilles, jaquetes o unes mànigues molt exagerades poden generar unes siluetes que suggereixen aquest món. Així doncs, podríem dir que ens trobem davant d'un militarisme minimalitzat.

Com a complements, les botes transformades en sandàlies també invoquen una dualitat entre l'elegància i la marcialitat.

El ventall cromàtic evoluciona del blanc al negre, passant pel verd militar i una barreja de grisos.

Teixits: cotó, neoprè, viscós, setí, crepè, stretch jersey, pelfa i polièster.

Colors: blanc, off-white, negre, perla, militar, dark navy, navy i gris.

DISARM

La colección surge del intento de minimizar la estética militar, ya sea a través de la descontextualización de los materiales o de la funcionalidad de las prendas.

No se trata de modernizar la estética militar sino de desubicar ítems y detalles que se pueden identificar o reconocer como propios de un mundo uniformado, como los botones, los cinturones o las mochilas. También los volúmenes de los pantalones, faldas, chaquetas o unas mangas muy exageradas pueden generar unas siluetas que sugieren este mundo. Así pues, podríamos decir que nos encontramos ante un militarismo minimizado.

Como complementos, las botas transformadas en sandalias también invocan una dualidad entre elegancia y marcialidad.

El abanico cromático evoluciona del blanco al negro, pasando por el verde militar y una mezcla de grises. Tejidos: algodón, neopreno, viscós, satén, crepe, stretch jersey, felpa y poliéster.

Colores: blanco, offwhite, negro, pearl, militar, dark navy, navy y gris.

DISARM

The collection arises from the attempt to minimize the military aesthetic be it via the decontextualization of materials or of the functionality of the pieces.

It is not about modernizing the military aesthetic but about shifting items and details which can be recognized as belonging to a uniformed context like buttons, belts or rucksacks. Furthermore, the volume of the pants, skirts, jackets or very voluminous sleeves create silhouettes which suggest this world. In this way we could say that we find ourselves in front of a minimized militarism.

As for accessories, boots transformed into sandals also invoke a duality between elegance and martialism.

The color range evolves from black and white passing through military green and a mix of grays.

Textiles: cotton, neoprene, viscose, satin, stretch crepe jersey, felt and polyester...

Colors: white, off-white, black, pearl, military green, dark navy blue, navy blue and gray.

ROCK YOUR STYLE

DEL 29 DE JUNIO
AL 3 DE JULIO

080

BARCELONA
FASHION
2016

#MY LOOK
Rowenta



Rowenta

PLANCHADO OFICIAL & HAIR CARE



MAQUILLAJE DE M·A·C

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

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

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

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

Per a més informació:
www.maccosmetics.es

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

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

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

M·A·C también está involucrada en causas sociales. Así, en 1994 se creó el "Fondo M·A·C de lucha contra el sida", al que se destina el 100% de las ventas de las barras de labios y brillos Viva Glam y las tarjetas de felicitación "Kids Helping Kids". Gracias a esta campaña, a día de hoy se han conseguido recaudar más de 130 millones de dólares alrededor del mundo para ayudar a hombres, mujeres y niños afectados por el SIDA/VIH.

Para más información:
www.maccosmetics.es

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

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

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

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

Since its inception, M·A·C – and its employees advocate for social reform and leading the battle against HIV/AIDS. The M·A·C AIDS Fund, established in 1994 and known as the "heart and soul" of M·A·C, has raised more than \$250 million for men, women and children affected by AIDS.

More information:
www.maccosmetics.es

ALDOMARTINS

02 / 07 / 2015 - 12.30h

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

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

Nuria Bisbal nace en Igualada, ciudad con una larga tradición textil. Desde muy pequeña demuestra aptitudes para el dibujo y crece influenciada por el diseño de género de punto gracias a su padre, fundador de la marca Aldomartins. Se forma en Barcelona, en la Escuela d'Arts i Tècniques de la Moda, y obtiene el título universitario BA Honors Fashion Design por la Universidad de Southampton.

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

Nuria Bisbal was born in Igualada, a city with a long tradition in textiles. From an early age, she shows an aptitude for drawing and grows up influenced by knitwear design thanks to her father, founder of the brand Aldomartins. She trains in Barcelona, at the School of Arts and Fashion Techniques, and gets a BA Honors in Fashion Design from the University of Southampton.

In 1997 she joins the family business and been in charge of the brands creativity since then.



aldomartins

DESIGNED AND MADE IN BARCELONA

ARTRISTY

Dibuixos, jacquards i estampats, leitmotiv d'Aldomartins, es barregen per obtenir com a resultat una col·lecció hiperfemenina i sensual, amb un toc místic i bohemí.

Aquesta col·lecció, amb reminiscències tribals, és una evolució de la col·lecció d'Aldomartins AW12/13, però portada a la calor de l'estiu.

Colors gastats i tons terra neutres estan aparellats amb colors aquàtics més sofisticats, com el verd Amazones i el corall, amb accents de colors com el blau elèctric, el vermell òxid i els ocres, creant una paleta alternativa d'inspiració retro amb influències culturals diverses.

ARTRISTY

Dibujos, jacquards y estampados, leitmotiv de Aldomartins, se mezclan para dar como resultado una colección hiperfemenina y sensual, con un tono místico y bohemio.

Esta colección, con reminiscencias tribales, es una evolución de la colección de Aldomartins AW12/13, pero llevada al calor del verano.

Colores gastados y tonos tierra neutros están aparejados con colores acuáticos más sofisticados, como el verde Amazonas y el coral, con acentos de colores como el azul eléctrico, el rojo óxido y los ocres, creando una paleta alternativa de inspiración retro con influencias culturales diversas.

ARTRISTY

Drawings, jacquards and prints, ALDOMARTIN'S leitmotif, come together and result in a hyper-feminine sensual collection with a mystical bohemian touch.

The collection, with tribal reminiscences, is an evolution of the ALDOMARTINS FW 12/13 collection but adapted to the summer heat.

Faded colors and neutral earthy hues are paired with more sophisticated aquatic colors like Amazon green and coral pink, with accents in electric blue, rust red and ochre, creating an alternative palette with a retro inspiration and a diversity of cultural influences.

BCN BRAND

03 / 07 / 2015 - 12.30h

A Pablo Caralps, nascut a Barcelona fa 43 anys, economista de formació, des de ben petit li ha agradat el món de la creativitat i del disseny. A més, és un apassionat de la ciutat de Barcelona.

Ja fa uns anys que ha unit les seves dues passions a BCN Brand, marca de roba i de calçat inspirada en la ciutat de la qual utilitza el nom.

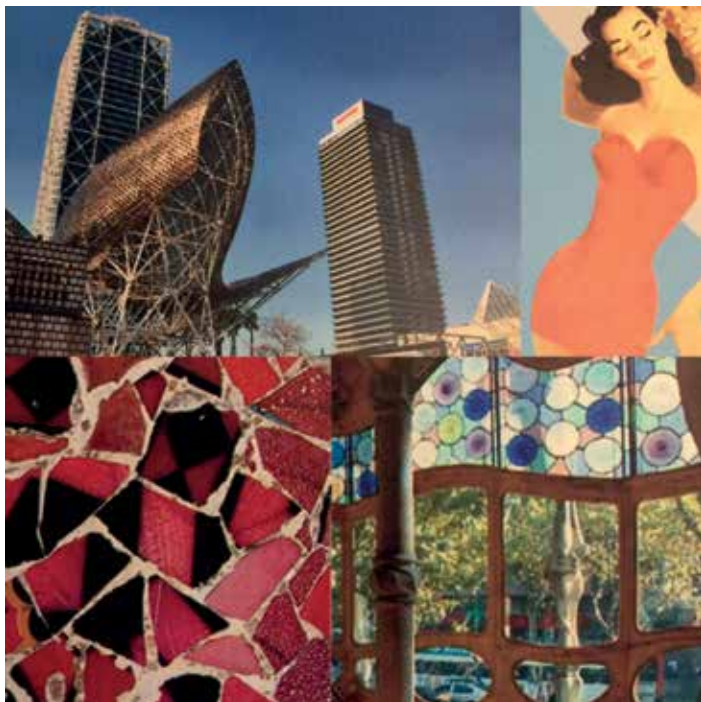
A Pablo Caralps, nacido en Barcelona hace 43 años, economista de formación, desde muy pequeño le atrajo el mundo de la creatividad y del diseño. Además, es un apasionado de la ciudad de Barcelona.

Hace ya algunos años que ha unido sus dos pasiones en BCN Brand, marca de ropa y de calzado inspirada en la ciudad de la cual utiliza el nombre.

Since he his early childhood Pablo Caralps, born in Barcelona 43 years ago and a trained economist, has been interested in the world of creativity and design. He is also passionate about the city of Barcelona.

For some time now he has been combining these two passions at BCN Brand, a clothing and footwear brand that takes its name from the city.





Strollin' Barcelona

BCN Brand s'inspira en la ciutat de Barcelona, en allò que la ciutat evoca als seus creadors: color, vida, alegria i, sobretot, sensació d'estiu etern.

En aquesta col·lecció, més que mai, l'estiu i els colors de la ciutat, juntament amb petits tocs modernistes traslladats a teles, queden impregnats en els dissenys. Aquests estan destinats a persones amb actitud fresca, desenfadada i divertida, però alhora amb criteri, cosmopolita i amb estil. Amb ganes de gaudir d'una passejada com a nonchalance, de fruit de l'entorn sense un destí fix on arribar... Strollin' Barcelona.

Strollin' Barcelona

BCN Brand se inspira en la ciudad de Barcelona, en lo que la ciudad evoca a sus creadores: color, vida, alegría y sobre todo sensación de verano eterno.

En esta colección, más que nunca, el verano y los colores de la ciudad junto con pequeños toques modernistas, trasladados a las telas, quedan impregnados en los diseños. Destinados éstos a personas con actitud fresca, desenfadada, divertida pero a la vez con criterio, cosmopolita y con estilo. Con ganas de disfrutar del paseo como nonchalance, gozar del entorno sin destino fijo al que llegar... Strollin' Barcelona.

Strollin' Barcelona

BCN Brand takes its inspiration from the city of Barcelona, from how the city inspires their creative team: color, life, joy and above all the feeling of eternal summer.

In this collection more than ever, summer and the colors of the city together with some added modernist touches translated onto fabric infuse the designs. Made for people with a fresh attitude, fun and easy going but at the same time discerning, cosmopolitan and stylish, eager to nonchalantly amble around and enjoy the surroundings with no particular destination in mind... Strollin' Barcelona.

BÓBOLI

03 / 07 / 2015 - 16h

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

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

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

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

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

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





TROPICAL PARADISE

Amb aire retro i inspiració tropical, la proposta de BÓBOLI per a la Passarel·la 080 ens trasllada a les platges de Miami i a tota l'estètica dels anys 50, en què l'aire esportiu es barreja amb una estètica molt coqueta i amb molt de color.

Les coquetes patinadores, amb les seves cintes als cabells i els seus mitjons llargs, vesteixen una moda fresca i actual, amb multitud d'estampats i de llistats que hi aporten molta riquesa. Per als nens, també molt de color, però amb un aire júnior i atrevit.

TROPICAL PARADISE

Con aire retro e inspiración tropical, la propuesta de BÓBOLI para la Passarela 080 nos traslada a las playas de Miami y toda la estética de los años 50, donde el aire deportivo se mezcla con una estética muy coqueta y de mucho color.

Las coquetas patinadoras con sus cintas en el pelo y sus calcetines largos visten una moda fresca y actual con multitud de estampados y listados que le dan mucha riqueza. Para los niños también mucho color pero con aire junior y atrevido.

TROPICAL PARADISE

With a retro air and a tropical inspiration, BÓBOLI's proposal for the 080 Fashion show takes us to the beaches of Miami and the whole aesthetic of the fifties where a sporty air combined with a very colorful flirtatious look.

The coquettish skaters with ribbons in their hair and knee socks sport a very now and fresh fashion with multiple prints and stripes which lend it richness. For boys a lot of color too but with a juvenile daring air.

CND BY CÓNDOR

03 / 07 / 2015 - 16h

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

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

Col·leccions dissenyades i fabricades a Barcelona.

Actualment, té 4 botigues pròpies i 5 franquícies, treballa amb més de 3.000 clients multimarca a Espanya, i té com a principals mercats exteriors la Unió Europea, la Xina, els Estats Units, l'Amèrica Central i del Sud, el Japó i la Unió dels Emirats Àrabs.

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

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

Colecciones diseñadas y fabricadas en Barcelona.

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

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

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

The collections are designed and manufactured in Barcelona.

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



HOLIDAYS

Per a aquesta temporada Estiu 2016, CND s'inspira en les vacances que les nenes i els nens esperen per anar a la platja, al camp, per viatjar, per jugar... Per divertir-se!

A "Holidays" destaca l'ambient mariner, els marins, blancs i vermells, els denim, en teixits fins i suaus, estampats en punt i en voile. Teixits perforats i brodats en cotons amb dibuixos de filigrana en blancs amb rosetes empolsades i molt elegants. Lli barrejat amb cotó, frescor en els tons de papaia i limoncello, que donen llum a la col·lecció, com el sol. Peces retro per a les nenes, amb estampats de floretes quasi transparents; prisats en tons pastel, detalls de niu d'abella amb lleugers brodats i també flors grans, acolorides com si els vestits fossin un jardí. Elegància i color per als nens. Polos i samarretes en blau cel, vainilla i papaia, verd herba o gerani, combinaran amb pantalons curts i bermudes en marí, corda i marbre. Els nois surten a passejar i estaran tan guapos que cap nena els farà ombra. HOLIDAYS per a les nenes i per als nens el proper estiu. Col·lecció dissenyada i fabricada a Barcelona.

HOLIDAYS

Para esta temporada Verano 2016, CND se inspira en las vacaciones que las niñas y niños esperan, para ir a la playa, al campo, para viajar, para jugar... Para divertirse!

En "Holidays" destaca el ambiente mariner, los marinos, blancos y rojos, los denim, en tejidos finos y suaves, estampados en punto y en voile. Tejidos perforados y bordados en algodones con dibujos de filigrana en blancos con rosetas empolvadas y muy elegantes. Lino mezclado con algodón, fresca en los tonos de papaya i limoncello, que dan luz a la colección, como el sol. Prendas retro para las niñas, con estampados de florecillas casi transparentes, plisados en tonos pastel, detalles de nido de abeja con ligeros bordados y también flores grandes, coloridas como si los vestidos fueran un jardín. Elegancia y color para los niños. Polos y camisas en azul cielo, vainilla y papaya, verde hierba o geranio, combinarán con pantalones cortos y bermudas en marino, cuerda, mármol. Los chicos salen a pasear y están tan guapos que ninguna niña les hará sombra... HOLIDAYS para las niñas y los niños el próximo verano. Colección diseñada y fabricada en Barcelona

HOLIDAYS

For this summer 2016 season, CND's inspiration is drawn from the holidays the boys and girls and looking forward to, to go to the beach, to camp, to travel, to play... to have fun.

There is a naval air to "Holidays" navy blue, whites reds, denims, in fine-spun soft fabrics, prints on knitwear and voile. Very elegant perforated fabrics and embroidery work in cotton with filigree designs in whites and dusty pinks. Linen and cotton blends, freshness in pawpaw and limoncello hues which infuse the collection with light, like the sun. Retro garments for the girls, with flowery almost transparent prints, pleated pieces in pastel hues, details in honeycomb with fine embroidery and also big flowers, colored as if the dresses were a garden. For the boys, elegance and color. Polo shorts and t-shirts in sky blue, vanilla and pawpaw, grass green or geranium, combined with shorts and Bermuda shorts in navy blue, rope and marble. The boys venture out for a walk and are as handsome as any of the girls are pretty. HOLIDAYS for the girls and boys next summer. Collection designed and manufactured in Barcelona.

DESIGUAL

30 / 06 / 2015 - 20.30h

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

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

Desigual compta, actualment, amb una presència al món de 526 botigues de venda al detall, 8.000 botigues multimarca i 2.800 còrners en grans magatzems de 109 països, i compta amb una plantilla formada per més de 5.000 persones de 90 nacionalitats diferents.

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

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

Desigual cuenta en la actualidad con una presencia en el mundo de 526 tiendas retail, 8.000 tiendas multimarca y 2.800 còrners en grandes almacenes en 109 países, y una plantilla formada por más de 5.000 personas de 90 nacionalidades diferentes.

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

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

Desigual currently has 526 retail stores around the globe, is present in 8,000 multi-brand stores and 2,800 corners in department stores in 109 countries and a workforce of 5.000 people of 90 different nationalities



**DESIGUAL COL-LECCIÓ
WOMAN PRIMAVERA – ESTIU
2016 “LEARN”**

Desigual presenta la seva nova col·lecció “Learn”, una renovació dels seus codis des d’una mirada als seus orígens.

Submergint-se en una voràgine d’influències de tot el món que es donen cita a una Ciutat Comtal bressol, des de sempre, de creativitat i noves idees, la marca es reinventa des de la seva essència.

Casa d’artistes, pensadors i creatius de tota índole, la Barcelona que un dia va inspirar la creació dels cridaners estampats, les asimetries, el lettering, el patchwork i els detalls handcraft, tan propis de marca, continua sent avui la seva principal font d’inspiració.

Looks d’enorme càrrega artística, fruit d’aquesta barreja de tendències i peces repletes de detalls handmade desfilaran a la passarel·la presentant la col·lecció per dona per a la propera temporada Primavera- Estiu 2016.

**DESIGUAL WOMAN
PRIMAVERA – VERANO
2016 “LEARN”**

Desigual presenta Learn, una renovació de sus códigos desde una mirada a sus orígenes.

Sumergiéndose en una vorágine de influencias de todo el mundo que se dan cita en la Ciudad Condal cuna, desde siempre, de creatividad y nuevas ideas, la marca se reinventa desde su esencia.

Casa de artistas, pensadores y creativos, la Barcelona que un día inspiró la creación de los llamativos estampados, las asimetrías, el lettering, el patchwork y los detalles handcraft continúa siendo hoy su principal fuente de inspiración.

Looks de enorme carga artística, fruto de esta encrucijada de tendencias, y prendas repletas de detalles handmade tomarán la pasarela presentando la colección woman para la próxima temporada Primavera-Verano 2016

**DESIGUAL WOMAN COLLECTION
SPRING- SUMMER 2016 “LEARN”**

Desigual presents Learn, a renovation of its codes taking a look to its origins.

The brand is reinventing their essence by immersing themselves in a whirl of influences from all over the world that is meeting in a city that has always been the cradle of creativity and new ideas.

House of artists, philosophers and creative people, the Barcelona that one day inspired the creation of the appealing prints, the asymmetries, the lettering, the patchwork, and the handcraft details, continues to be their main source of inspiration.

Looks full of artistic creations, that are the result of mixing many trends, and garments with plenty handmade details, will capture the catwalk presenting the Woman Collection for the next Spring – Summer 2016.

ESCORPION

01 / 07 / 2015 - 16h

Fundada el 1929, Escorpion va revolucionar la moda de punt i va reinventar una dona lliure, elegant, femenina i amb actitud.

Fins al dia d'avui, l'equip creatiu ha sabut barrejar amb exquisidesa i contemporaneïtat el savoir-faire de la casa, adaptar-se a les tendències marcades per la moda i aconseguir un estil propi.

Sybille Horaist va néixer i créixer a París. És la directora creativa d'Escorpion, firma de moda amb un llegat extraordinari, a la qual aporta aire fresc i noves formes.

Fundada en 1929 Escorpion revolucionó la moda en punto reinventando a una mujer libre, elegante, femenina y con actitud.

Hasta el día de hoy, el equipo creativo ha sabido mezclar con exquisitez y contemporaneidad el savoir-faire de la casa, adaptándose a las tendencias marcadas por la moda, logrando un estilo propio.

Sybille Horaist, nació y creció en París, es la directora creativa de Escorpion, firma de moda con un extraordinario legado, a la que aporta aire fresco y nuevas formas.

When Escorpion was founded in 1929, it revolutionized knitwear fashion, reinventing a feisty, free, elegant and at the same time feminine woman.

Till the present day, the creative team have known how to apply the savoir-faire of the label, adapting to the latest fashion trends and achieving a style all of its own.

Sybille Horaist was born and raised in Paris and is the creative director of Escorpion, a fashion house with a singular heritage to which she brings freshness and new forms.

escorpion

Rooftop Garden

La nova col·lecció d'Escorpion s'inspira en els jardins urbans, oasis ubicats als terrats dels edificis alts.

La nostra protagonista és una dona cosmopolita, apassionada pel paisatgisme, que busca l'harmonia entre la natura i la ciutat. La combinació de la rusticitat dels teixits naturals es nodreix d'una pluja anyil de la qual sorgeixen brots de color.

Rooftop Garden

La nueva colección de Escorpion se inspira en los jardines urbanos, oasis ubicados en las azoteas de los altos edificios.

Nuestra protagonista es una mujer cosmopolita apasionada por el paisajismo que busca la armonía entre la naturaleza y la ciudad. La combinación de lo rústico de los tejidos naturales se nutre con una lluvia índigo de la que surgen brotes de color.

Rooftop Garden

The inspiration for Escorpion's new collection stems from urban gardens, spaces located on the roofs of high buildings.

Our star is the cosmopolitan woman who is passionate about the landscape and seeks harmony between nature and the city. The combination of the rural captured in natural fibers is nurtured by a rain of indigo that gives rise to sprouts of color.

LUPO BARCELONA

03 / 07 / 2015 - 14h

A LUPO Barcelona treballem amb passió pel detall. Ens caracteritza la devoció per la qualitat, la innovació en el disseny i la cura de cada peça en tot el procés.

Comptem amb fàbriques pròpies, que ens permeten un gran control i la gestió de tot el producte, perquè sabem que les nostres bosses atresoren el més preuat: les coses necessàries, les més estimades.

La creació d'una col·lecció de roba que completi l'estil de la dona LUPO és el nou repte d'expansió de la marca.

En LUPO Barcelona trabajamos con pasión por el detalle. Nos caracteriza la devoción por la calidad, la innovación en el diseño y el cuidado de cada prenda en todo el proceso. Contamos con fábricas propias que nos permiten un gran control y gestión del producto, porque sabemos que nuestros bolsos atesoran lo más preciado: las cosas necesarias, las más queridas.

La creación de una colección de ropa que complete el estilo de mujer LUPO es el nuevo reto de expansión de la marca.

At LUPO in Barcelona, attention to detail is our passion. Our hallmark is our commitment to quality, innovation and design and the careful attention paid to every piece along the whole process. We produce in our own factories and that allows us to exercise complete control and strict management of the whole product, because we know that our bags encase what is treasured: the necessary, the most loved.

The creation of a line of garments to complete the LUPO woman's style is the new challenge the brand has undertaken in its expansion.



MEDITERRANEAN SUMMER WEEKEND

Per a la col·lecció Primavera-Estiu 2016, Lupo interpreta la feminitat amb reminiscències dels anys 70, mantenint en cada peça l'ànima de la Barcelona més cosmopolita.

En la nova col·lecció de roba, es desenvolupa una línia fluida, amb teixits versàtils que s'adaptin a diferents combinacions per a cada moment del dia; busquem vestir la dona LUPO, des del matí, amb un estil esportiu i urbà, fins a una nit d'esperit boho-chic. S'utilitzen innovadors teixits que aporten lleugeresa i frescor a peces avantguardistes. Colors de tons anyil, amb contrastos de cítrics i combinacions de lavanda, es converteixen en maxivestits, pantalons culottes i americanes, que evolucionen per donar moviment i elegància a cada moment.

MEDITERRANEAN SUMMER WEEKEND

Para la colección Primavera-Verano 2016 Lupo interpreta la femineidad con reminiscencias de los años 70, manteniendo en cada prenda el alma de la Barcelona más cosmopolita.

En la nueva colección de ropa, se desarrolla una línea fluida, con tejidos versátiles que se adaptan a diferentes combinaciones para diferentes momentos del día; buscamos vestir la mujer LUPO, desde la mañana, con un estilo deportivo y urbano, hasta una noche de espíritu boho-chic. Se utilizan innovadores tejidos que aportan ligereza y frescor a piezas vanguardistas. Colores de tonos índigo con contrastes de cítricos y combinaciones de lavanda se convierten en maxi vestidos, pantalones culottes y americanas, que evolucionan para dar movimiento y elegancia a cada momento.

MEDITERRANEAN SUMMER WEEKEND

For the Spring-Summer 2016 collection, LUPO interprets femininity in a manner reminiscent of the 70s, all the while reflecting the most cosmopolitan spirit of Barcelona in each garment.

The new collection of clothing is developed on flowing lines in versatile textiles which adapt to different combinations for each moment of the day: we look to dress the LUPO woman from an urban sport style in the morning to a boho-chic style in the evening. We use innovative textiles that contribute airiness and freshness to avant-garde pieces. Indigo tones with citrus contrasts and lavender blues become maxi dresses, culottes and jackets which evolve to contribute movement and elegance to each moment.

MANGO

29 / 06 / 2015 - 20.30h

MANGO, la marca de moda espanyola amb més projecció internacional, va obrir la primera botiga l'any 1984 al Passeig de Gràcia de Barcelona. Actualment, compta amb més de 2.700 botigues a 108 països. És la segona empresa exportadora de moda d'Espanya i el seu concepte es basa en l'aliança entre un producte de qualitat, que segueix les últimes tendències, i un preu assequible. La seva imatge de marca es veu reforçada pels punts de venda, que constitueixen la seva carta de presentació i creen un ambient dinàmic adient per a la personalitat del client.

MANGO, la marca de moda espanyola con más proyección internacional, abrió su primera tienda en 1984 en el Paseig de Gràcia de Barcelona. Actualmente, cuenta con más de 2 700 tiendas en 108 países. Es la segunda empresa exportadora de moda de España y su concepto se basa en la alianza entre un producto de calidad, que sigue las últimas tendencias, y a un precio asequible. Su imagen de marca se ve reforzada por sus puntos de venta, que constituyen su carta de presentación i crean un ambiente dinámico adecuado para la personalidad del cliente.

MANGO, the Spanish fashion brand with the most far-reaching international projection opened its first store in 1984 on the central Passeig de Gràcia boulevard in Barcelona. They currently have more than 2,700 stores in 108 countries. They are the second biggest exporting fashion-house in Spain, their concept being based on the alliance between a quality product that follows the latest trends, and an accessible price. Their brand image is always reinforced via their sales points that serve a dual purpose as their calling-card and by creating a dynamic feel right for the personality of the customer.

MANGO

Marca comercial / commercial brand:
MANGO

T +34 93 860 22 22
www.mango.com
lidia.meca@mango.com

OLYMPUS

OLYMPUS PEN

080

BARCELONA
F A S H I O N



E-PL7

MyPENCamera  

www.olympus.es/PEN

NAUOVER

02 / 07 / 2015 - 16h

Disseny, qualitat i confort fets a Barcelona. Des del 1957, sempre va apostar per no deslocalitzar la seva producció. Artesà i d'avantguarda, aposta per una dona elegant i una roba de qualitat, còmoda i versàtil. Carmen Noguera és l'administradora i la directora artística de la firma. És nascuda a Barcelona i és filla del fundador. Va estudiar empresarials i es va iniciar a l'empresa des de molt jove. El punt de Naulover té un ADN que permet als creadors fer peces exclusives i estudiades, de llarga durada i de qualitat. Look total, basat en el punt, i barrejat amb seda, brodats, estampats, bruses, caftans i quimonos. Disposem d'una botiga en línia i de flagship al carrer del Rosselló, a Barcelona. Botigues a El Corte Inglés, als magatzems Pyrénées, a Andorra, i als magatzems Coin, a Itàlia. Un 25% de la seva producció anual és exportació. Naulover ha incrementat un 31% les seves vendes el 2014.

Diseño, calidad y confort hechos en Barcelona. Desde 1957, siempre apostó por no deslocalizar su producción. Artesano y de vanguardia, apuesta por una mujer elegante, ropa de calidad, cómoda y versátil. Carmen Noguera es la administradora y directora artística de la firma. Nacida en Barcelona, hija del fundador. Estudió empresariales, y se inició en la empresa desde muy joven. El punto de Naulover, tiene un ADN que permite a los creadores hacer prendas exclusivas y estudiadas de larga duración y de calidad. Look total, basado en el punto, y mezclado con seda, bordados, estampados, blusones, caftanes y kimonos. Disponemos de una tienda on-line, flagship en la calle Roselló, de Barcelona. Tiendas en El Corte Inglés, en los almacenes Pyrénées de Andorra y en los almacenes Coin en Italia. Un 25% de su producción anual es exportación. Naulover ha incrementado en 2014 un 31% sus ventas.

Design, quality and comfort made in Barcelona. Naulover has never relied on anything but local production since 1957. Espousing progressive craftsmanship, Naulover's offer centers on the elegant woman and quality clothing both comfortable and versatile. Carmen Noguera is the administrator and creative director of the firm. She was born in Barcelona and is the founder's daughter. She studied business administration and started in the company very young. Naulover's knitwear has a DNA which allows the designers to make highly elaborated, long lasting quality garments. They offer a total look based on knitwear and mixing it with silk, embroidery, prints, blouses, caftans and kimonos. We have an online store, a flagship store in Roselló street, in Barcelona and store in stores inside El Corte Inglés, Pyrénées in Andorra and Coin in Italy. We export 25% of our production and sales have increased by 31% in 2014.

Marca comercial / commercial brand:
NAUOVER

Dissenyador / diseñador / designer:
Carme Noguera

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

Naulover

1957

AFRODIZZIA

Els colors del desert, combinacions extremes que barregen punt, seda, viscosa i raió. Estampats florals i geomètrics que enalteixen la bellesa de la tribu. Línies envoltants que marquen volums inesperats i abracen el cos de dones girafa. Siluetes que floten sobre una tempesta de sorra.

AFRODIZZIA

Los colores del desierto, combinaciones extremas que mezclan punto, seda, viscosa y rayón. Estampados florales y geométricos que ensalzan la belleza de la tribu. Líneas envolventes que marcan volúmenes inesperados abrazando el cuerpo de mujeres jirafa. Siluetas que flotan sobre una tormenta de arena.

AFRODIZZIA

The colors of the desert. Extreme combinations which combine knitwear, silk viscose and rayon. Floral and geometric prints which enhance the beauty of the tribe. Draping lines drawing unexpected volumes embracing the bodies of the giraffe women. Silhouettes floating through a sand storm.

PUNTO BLANCO

02 / 07 / 2015 - 14h

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

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

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

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

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

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

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

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

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



HOLIDAY DREAMS

Amb l'arribada del bon temps que porten la primavera i l'estiu inevitablement, el nostre cervell comença un viatge cap a les vacances somniades. És temps de viatjar cap a platges meravelloses, paisatges plens de llum i oceans blaus, que ens conviden a realitzar totes aquelles activitats que fa un any que estem esperant. Tots aquells racons de luxe que conviden a la relaxació, al plaer de gaudir del temps, però també a assaborir les activitats d'oci. La proposta de Punto Blanco per a aquesta temporada omplirà la maleta d'aquest viatger amb una gamma de colors i d'estampats que reflecteixen cada un d'aquests llocs i l'acompanyaran en cada un dels seus somnis.

HOLIDAY DREAMS

Con la llegada del buen tiempo que traen la primavera y el verano inevitablemente nuestro cerebro comienza un viaje hacia las vacaciones soñadas. Es tiempo de viajar hacia playas maravillosas, paisajes llenos de luz, y océanos azules donde nos invitan a realizar todas esas actividades que llevamos un año esperando. Todos esos rincones de lujo que invitan al relax, al placer de disfrutar del tiempo pero también a saborear las actividades de ocio. La propuesta de Punto Blanco para esta temporada llenará la maleta de este viajero con una gama de colores y estampados que reflejan cada uno de estos lugares y le acompañan en cada uno de sus sueños.

HOLIDAY DREAMS

With the arrival of the good weather that spring and summer brings our thoughts are inevitably drawn to the holidays we are dreaming about. It's time to travel to idyllic beaches, luminous panoramas and blue oceans which invite us to partake of all those activities we have been waiting for all year. All those luxurious little corners that beckon to us to relax. The pleasure of savoring time but also of enjoying leisure time activities. Punto Blanco's proposals for this season will fill the traveler's suitcase with a range of colors and prints which reflect each one of these places and which will accompany them in all of their dreams.

TORRAS

03 / 07 / 2015 - 12.30h

TORRAS, fundada el 1951, ha creat un innovador concepte de moda en pell i punt. La marca dissenya per seduir amb estil propi, més enllà de les peces bàsiques de vestir; una manera d'entendre la moda que passa per incorporar els materials de la més alta qualitat en pell, cotó, seda, lli, llana, caixmir o teixits funcionals.

Les col·leccions de TORRAS, nascudes a Caldes de Montbui, són presents, avui, a top stores de 40 països, en ciutats com Barcelona, Nova York, Londres, Moscou o Xangai. TORRAS té una taxa d'exportació d'un 70%, showrooms a Milà i Nova York, i participa en les fires de la moda de Nova York (MRketNY), Las Vegas (MRketLV) i Düsseldorf (Supreme).

TORRAS, fundada el 1951, ha creat un concepte innovador de moda en piel y punto. La marca diseña para seducir con estilo propio, más allá de las prendas básicas de vestir; una manera de entender la moda que pasa por incorporar los materiales de la más alta calidad en piel, algodón, seda, lino, lana, cachemir o tejidos funcionales.

Las colecciones de TORRAS, nacidas en Caldes de Montbui, están hoy presentes en top stores de 40 países, en ciudades como Barcelona, Nueva York, Londres, Moscú o Shanghái. TORRAS tiene una red de exportación del 70%, showrooms en Milán y Nueva York, y participa en las ferias de moda de Nueva York (MRketNY), Las Vegas (MRketLV) y Düsseldorf (Supreme).

TORRAS, founded in 1951, has created an innovative concept of fashion in leather and knitwear. The brand designs to seduce in their unique style, beyond basic pieces of clothing, a way of understanding fashion that incorporates materials of the highest quality in leather, cotton, silk, linen, wool, cashmere and functional fabrics.

The TORRAS collections, created in Caldes de Montbui, are now present in top stores in 40 countries, in cities like Barcelona, New York, London, Moscow and Shanghai. TORRAS exports 70% of its production, has showrooms in Milan and New York, and participates in the fashion fairs of New York (MRketNY), Las Vegas (MRketLV), and Düsseldorf (Supreme).



TORRAS MOMENTS SS16: Moments que afegeixen vida als anys
"Moments" és un fort treball d'interiorització i redefinició de l'univers Torras.

La proposta d'estiu 2016 és una col·lecció elegant, vital i seductora.

- Elegant de línies pures i netes amb petits tocs picants que trenquen la rigidesa clàssica.
- Vital, perquè és una col·lecció per a ser viscuda, per a gaudir en tot moment, còmoda i versàtil.
- Seductora, ja que les matèries s'adapten com a segona pell.

TORRAS MOMENTOS SS16: Momentos que añaden vida a los años
"Momentos" es un trabajo fuerte de interiorización y redefinición del universo Torras.

La propuesta de verano 2016 es una colección elegante, vital y seductora.

- Elegante de líneas puras y limpias con pequeños toques picantes que rompen la rigidez clásica.
- Vital, porque es una colección para ser vivida, para disfrutar en todo momento, cómoda y versátil.
- Seductora, ya que las materias se adaptan como segunda piel.

MOMENTS SS16: Moments that breathe life into the years
"Moments" is an intense work to internalize and redefine the Torras world.

The Spring 2016 proposal is focused on an elegant, dynamic and seductive collection.

- Elegant of pure and clean lines, with one small hint of spice that breaks the classical rigidity.
- Dynamic, because it is a collection to be lived, to be enjoyed at all times, comfortable and versatile.
- Seductive, since all materials fit like a second skin.

WOM & NOW

01 / 07 / 2015 - 11h

W O M & N O W és una empresa de moda dedicada al disseny i a la confecció de peces urbanes en clau deluxe; una fórmula que sedueix milions de dones. Peces de tall perfecte, que imprimeixen cert allure i que, al mateix temps, són còmodes de portar.

Amb més de 50 anys d'experiència professional, impregnem de la nostra màgia i creativitat cadascuna de les nostres peces i aconseguim, així, que cada dona se senti única i especial en cada moment del dia. Peces inèdites a partir de les teles més exclusives, línies pures i quasi arquitectòniques, talls exquisits, siluetes perfectament delineades i originalitat en els detalls. Una tradició que es renova en cada temporada i col·lecció, sempre sota els paràmetres i les tècniques del sartorial més refinat, rigorós, funcional i innovador. Les nostres col·leccions estan dissenyades per a dones dinàmiques, cosmopolites i exigents, que reinterpreten els seus outfits quotidians a través de peces i d'accessoris de silueta impecable, altes dosis de feminitat i amb un twist contemporani.

W O M & N O W es una empresa de moda dedicada al diseño y la confección de prendas urbanas en clave de luxe; una fórmula que seduce a millones de mujeres. Prendas de corte perfecto que imprimen cierto allure, y que a su vez, son cómodas de llevar.

Con más de 50 años de experiencia profesional, impregnamos nuestra magia y creatividad en cada una de nuestras prendas consiguiendo así que cada mujer se sienta única y especial en cada momento del día. Piezas inéditas a partir de las telas más exclusivas, líneas puras y casi arquitectónicas, cortes exquisitos, siluetas perfectamente delineadas y originalidad en los detalles. Una tradición que se renueva cada temporada y colección, siempre bajo los parámetros y las técnicas del sartorial más refinado, riguroso, funcional e innovador. Nuestras colecciones están diseñadas para mujeres dinámicas, cosmopolitas y exigentes que reinterpretan sus outfits cotidianos a través de prendas y accesorios de silueta impecable, altas dosis de feminidad y con un twist contemporáneo.

WOM & NOW is a fashion company dedicated to the design and elaboration of urban garments on deluxe lines; a formula that seduces millions of women. Perfectly cut garments with a certain allure which are at the same time comfortable to wear.

With more than 50 years experience, we impart our magic and creativity to all of our garments thereby assuring that every woman feels unique and special every moment of the day. Strikingly new pieces worked in the most exclusive fabrics with pure, almost architectural lines, exquisite cuts, perfectly defined silhouettes and originality in the details. A tradition we renew every season and collection under the strictest, most refined, functional and innovative sartorial parameters. Our collections are designed for the dynamic, cosmopolitan and demanding woman who reinterprets her daily choice of outfit through garments and accessories of impeccable lines, a high dose of femininity and a contemporary twist.

W O M & N O W

Côte d'Azur

La Costa Blava no és només luxe en el sentit estricte de la paraula; la Costa Blava també és el lloc on posar-se una camisa blanca, deixar que els cabells s'assequin amb l'aire i jugar a fer fotografies una mica absurdes, sense més ni més, com Jane Birkin...

Côte d'Azur

La Costa Azul no es sólo lujo en el sentido estricto de la palabra; la Costa Azul también es el lugar en el que ponerse una camiseta blanca, dejar que el pelo se te seque al aire y jugar a hacer fotos un poco tontas sin más, como Jane Birkin...

Côte d'Azur

The Côte d'Azur is not only luxury in the strictest sense of the word; it is also a place where one can don a white shirt, let your hair dry in the breeze and take silly photos a la Jane Birkin...

YERSE

01 / 07 / 2015 - 11h

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

Yerse dissenya i comercialitza quatre col·leccions l'any: la col·lecció Yerse de la temporada (primavera-estiu / tardor-hivern), la col·lecció de complementos corresponent a cada temporada, i dues col·leccions flaix (High Summer/ Special Edition). Un total de més de 600 referències, que es venen en més de 1.500 punts de venda de tot el món.

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

Yerse diseña y comercializa cuatro colecciones cada año: la colección Yerse de la temporada (primavera-verano / otoño-invierno), la colección de complementos correspondiente a cada temporada, y dos colecciones flash (High Summer/Special Edition). Un total de más de 600 referencias, que se venden en más de 1.500 puntos de venta de todo el mundo.

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

Yerse designs and markets four collections per year, the seasonal Yerse collection (spring and summer / fall- winter), the Yerse collection of accessories for each season, and two flash collections (High Summer/ SpecialEdition). A total of over 600 items sold in over 1,500 retail outlets worldwide

Yerse

SINCE 1964

NOBODY'S ROAD

Ser lliure és ser tu. De veritat i sense matisos. És escollir cap on vols anar. Com vols viure. Evolucionar. Sacsejar la rutina fins a inventar la teva pròpia ruta. Marcar tu la direcció. Avançar somrient. Entreban-car-se, si fa falta. I guiar-te per allò que sents.

Les creacions Yerse SS16 dibuixen nous traçats que esquiven la monotonía. Et conviden a desconectar de tot i a connectar amb la teva essència. Perdre't per trobar-te en un estiu carregat de color, en què no existeixen els límits. Motius safari camuflats enmig de la ciutat. La bohèmia dels 70 reinterpretada en estampats silvestres. Simplicitat mediterrània batent a cada disseny. Un retorn a les arrels a través de formes pures. Motius geoètnics que es repeteixen com un mantra calidoscòpic. Autenticitat i optimisme.

Comença la teva revolució calmada. Ja no hi ha marxa enrere.

NOBODY'S ROAD

Ser libre es ser tú. De verdad y sin matices. Es elegir hacia dónde quieres ir. Cómo quieres vivir. Evolucionar. Sacudir la rutina hasta inventar tu propia ruta. Marcar tú la dirección. Avanzar sonriendo. Tropezar si hace falta. Y guiarte por lo que sientes.

Las creaciones Yerse SS16 dibujan nuevos trazados que esquivan la monotonía. Te invitan a desconectar de todo y a conectar con tu esencia. Perderse para encontrarte en un verano cargado de color en el que los límites no existen. Motivos safari camuflados en medio de la ciudad. La bohemia de los 70 reinterpretada en estampados silvestres. Simplicidad mediterránea latiendo en cada diseño. Un retorno a las raíces a través de formas puras. Motivos geoétnicos repitiéndose como un mantra caleidoscópico. Autenticidad y optimismo.

Empieza tu revolución calmada. Ya no hay marcha atrás.

NOBODY'S ROAD

To be free is to be yourself. Truly yourself without compromises. It's to choose what direction to take. How you want to live. Shake up your routine to create your own path. You choose which direction to move in. Forge on with a smile. Falter if needs be and be guided by your feelings.

Yerse's SS16 creations boldly draw new lines which flee from monotony. They invite you to get away from it all and connect with your essence. Lose yourself to find yourself in a color filled summer where there are no limits. Safari motifs camouflaged in the middle of the city. 70s bohemia reinterpreted in wild prints. Mediterranean simplicity woven into each design. Going back to the roots through pure shapes. Geoethnic motifs multiplying like a kaleidoscopic mantra. Authenticity and optimism.

Your calm revolution has begun. There's no going back.

MODAFAD

03 / 07 / 2015 - 18h

MODAFAD FASHION AWARDS.
Desfilada "Projecte T 2015"
39a edició de Modafad.

Projecte "T"

Cada edició del projecte "T" està dedicada a la presentació conjunta dels millors projectes de final de carrera de les escoles de disseny de moda del país. El projecte "T" aplega, en un sol esdeveniment, les millors tesis de final de carrera dels alumnes de disseny de moda, i presenta una desfilada conjunta, on un jurat internacional escull el millor dissenyador (Modafad Or), la millor col·lecció (Modafad Plata) i la Menció de l'any. En aquesta ocasió, el Jurat dels Modafad Fashion Awards està format per: Christophe Durand / Creative Director MONTIBELLO Switzerland, Philippe Pourhashemi / Fashion Consultant Brussels, Barbora Buranova / Adidas Design Director, Juan Vidal / Fashion Designer i Vicente Ferrer / Editorial Manager at i+D. Modafad, associació d'imatge i moda del FAD. Llançadora internacional de dissenyadors emergents i el punt de referència del futur de la moda. L'activitat de Modafad consisteix en la projecció internacional dels joves emergents; consisteix a potenciar la interdisciplinarietat, impulsar el concepte de dissenyador/empresari i fomentar la relació entre les escoles de disseny, els joves dissenyadors, els mitjans de comunicació especialitzats i la indústria.
Contacte: T +34 932 566 773
www.modafad.org
@modafadbarcelona
Premsa FAD: Cristina Gosálvez
<cgosálvez@fad.cat>
T +34 932 566 755

MODAFAD FASHION AWARDS.
Desfile "The Best Fashion T Projects
2014". 39ª edición Modafad.

Proyecto "T"

Cada edición del Proyecto "T" está dedicada a la presentación conjunta de los mejores proyectos de final de carrera de las escuelas de diseño de moda del país. El Proyecto "T" reúne, en un solo acontecimiento, las mejores tesis de los alumnos de diseño de moda, y presenta un desfile conjunto en el que un jurado internacional escoge el mejor diseñador (Modafad Oro), la mejor colección (Modafad Plata) y la Menció del año. En esta edición, el Jurado de los Modafad Fashion Awards está formado por: Christophe Durand / Creative Director MONTIBELLO Switzerland, Philippe Pourhashemi / Fashion Consultant Brussels, Barbora Buranova / Adidas Design Director, Juan Vidal / Fashion Designer y Vicente Ferrer / Editorial Manager at i+D. Modafad asociación de imagen y moda del FAD. Lanzadora internacional de diseñadores emergentes y punto de referencia del futuro de la moda. La actividad de Modafad consiste en la proyección internacional de los jóvenes emergentes; consiste en potenciar la interdiscipliniedad, impulsar el concepto diseñador/empresario y fomentar la relación entre las escuelas de diseño, los jóvenes diseñadores, los medios de comunicación y la industria.
Contacto : tel. +34 932 566 773
www.modafad.org
@modafadbarcelona
Prensa FAD : Cristina Gosálvez
<cgosálvez@fad.cat>
T +34 932 566 755

MODAFAD FASHION AWARDS. Parade "The Best Fashion T Projects 2014"

Modafad 39th edition, the showcase for emerging fashion designers.

T Project

Each edition of T Project" is dedicated to the presentation of the best final projects from students emerging from the fashion design schools. T project gathers the best theses of students in fashion design at one event and holds a show, where an international jury selects the best designer (Modafad Gold), the best collection (Modafad Silver) and the special Mention of the year. The Jury of this Edition of the Modafad Fashion Awards are: Christophe Durand / Creative Director MONTIBELLO Switzerland, Philippe Pourhashemi / Fashion Consultant Brussels, Barbora Buranova / Adidas Design Director, Juan Vidal / Fashion Designer and Vicente Ferrer / Editorial Manager at i+D. Modafad, association of image and fashion FAD. An International launch pad for emerging designers, Modafad's activity consists in giving emerging young designers International projection, encouraging interdisciplinarity, promoting the designer / entrepreneur concept and fostering the relationship between design schools, young designers, specialized media and the industry
Contact: T +34932566773
www.modafad.org
@modafadbarcelona
Press FAD: Cristina Gosálvez
<cgosálvez@fad.cat>
T +34932566755





ARA, FRED

#AraCacaolat0



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

CND™ VINYLUX™

EL ESMALTE QUE DESAFÍA AL TIEMPO

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

LA MANICURA
OFICIAL DE LA

080

BARCELONA
FASHION

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

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



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

CND  **™**
Nails. Fashion. Beauty.

Col·laboradors de

080
BARCELONA
FASHION

COOL!

Mou-te amb estil per Barcelona.

Demana i paga el teu taxi via
app i gaudeix de **10€** de
descompte amb el codi "08038".



Més info: mytaxi.com/voucher/08038

 **mytaxi**
La Taxi App



ACADEMY

"30 YEARS WALKING TOGETHER"

www.francinaacademy.com / 932170469

BARCELONA: C/ Córsega 300, entlo. 2^a
MADRID: C/ Encarnación 6, bajo izq.

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

www.ccam.cat
ccam@gencat.cat

Producció, Direcció artística i Càsting:
ESMA Proyectos

Prensa Nacional, RRPP i Patrocinis:
Equipo Singular

Prensa Internacional:
XXL Comunicación

Disseny i maquetació:
Eva Anguita

Impressió:
Dilograf, SL

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

1a edició
500 exemplars
Barcelona, juny de 2015

Dipòsit Legal
B. 2491-2013

ISSN: 2014-3710

080barcelonafashion.cat



**Generalitat
de Catalunya**

PREPARATS