

MÓ
PATROCINADOR
Mercedes-Benz Fashion Week
MADRID

FRONT ROW

Edición 2023

Mó es tendencia y diseño

mó
solo en Multiópticas



FRONT ROW

Colección cápsula Front Row 2023. Una nueva selección de siluetas que nos transportan al mundo de las pasarelas donde desfilan las grandes marcas, diseñadores y supermodelos. Front Row 23 trae las tendencias más vistas del Street style y en las pasarelas, añadiéndolas un toque lujo.



Una vez más, moda y tendencia se ven reflejadas en la colección Front Row. Mó presenta formas que respiran glamour y sofisticación, consiguiendo el equilibrio perfecto entre atemporalidad y vanguardia. La paleta de colores sólidos saturados crea piezas imponentes con mucha presencia, de esta forma no pasarás desapercibido. El detalle geométrico de la varilla refleja modernidad y opulencia. Un toque especial que aporta equilibrio y elegancia en diseños tan llamativos, dando la personalidad de la colección. Estas siluetas se suman a la última tendencia del COLOR BLOCK y sus nombres se inspiran en los nombres de las top models más actuales.

Esta colección está compuesta por 6 modelos de sol y 4 de graduado, para hombre y mujer.



1.

MÓ MIRANDA

Su forma cuadrada oversize, con lente degradada será uno de los modelos que destacarán en la colección, creando un llamativo look. La varilla tiene una bisagra en forma de aro metálico, con el logo FRONT ROW grabado, presente en toda la colección.

A woman with dark hair is shown in a close-up profile view, wearing large, red, cat-eye sunglasses with a gold-colored ring detail on the temple. She is also wearing a red blazer. The background is a soft, out-of-focus grey.

2.

MÓ ADRIANA

Su forma cat-eye oversize, con lente degradada será uno de los modelos que destacarán en la colección, creando un look más chic. La varilla tiene una bisagra en forma de aro metálico, con el logo FRONT ROW grabado, presente en toda la colección.



3.

MÓ KARLIE

Su forma redonda, con lente degradada será el modelo más especial de la colección, creando un look sofisticado para un público con personalidad. La varilla tiene una bisagra en forma de aro metálico, con el logo FRONT ROW grabado, presente en toda la colección.

MÓ CARA

Su forma cat-eye, con lente degradada será uno de los modelos más agresivos de la colección, para crear un look que no pase desapercibido. La varilla tiene una bisagra en forma de aro metálico, con el logo FRONT ROW grabado, presente en toda la colección.



5.

MÓ SEAM

Su forma cuadrada, con lente gris sólida es un clásico que no puede faltar en la colección para el público masculino. La varilla tiene dos aros metálicos, que hacen un guiño al distintivo de la colección de este año.





6.

ACCESORIOS



6. Accesorios

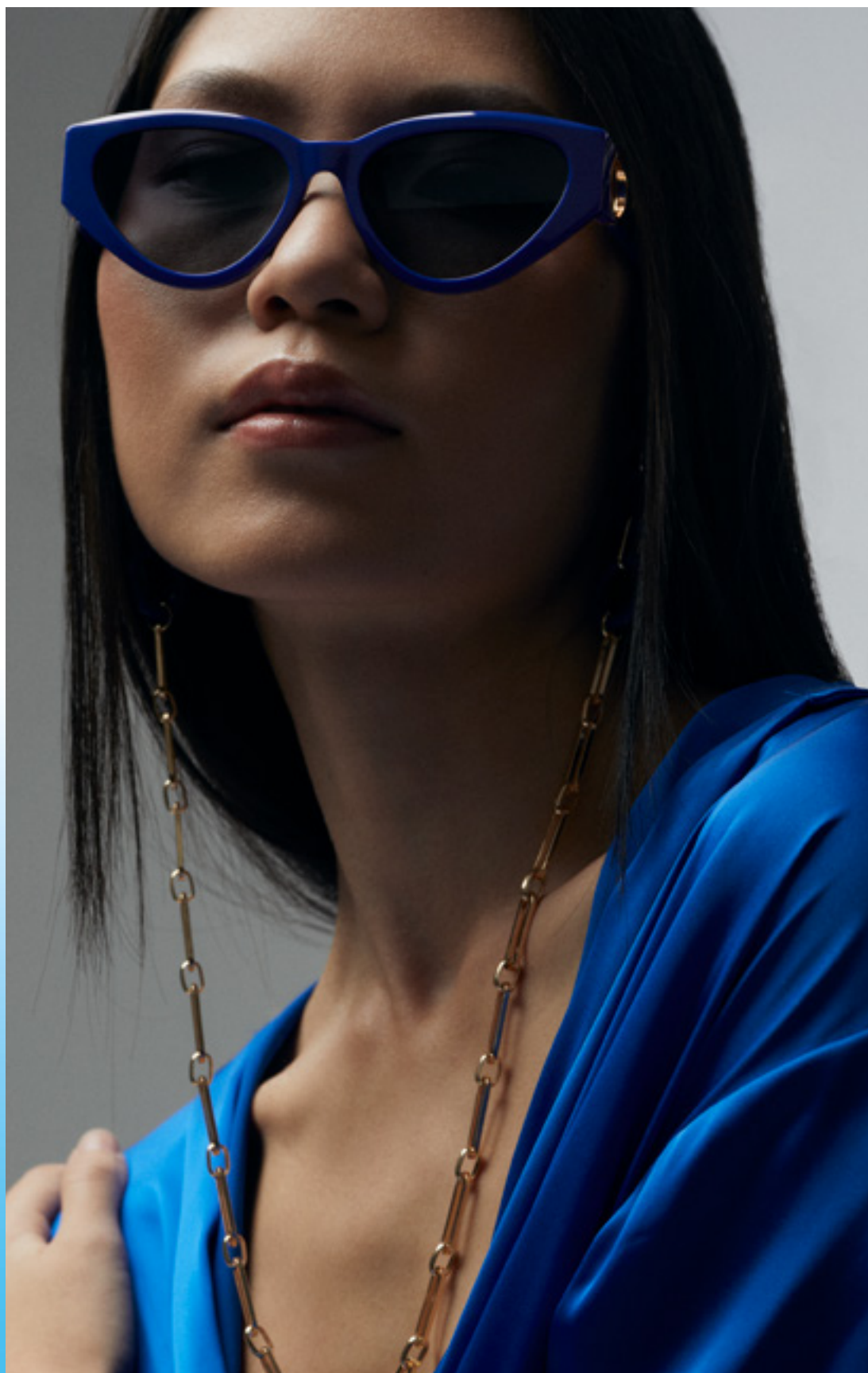
**ESTE AÑO,
LA COLECCIÓN
FRONT ROW 2023
SE PRESENTARÁ
EN UN BOLSO MUY
CUIDADO, A JUEGO
CON LOS COLORES
DE LAS MONTURAS.**



En este bolsito podrás guardar lo imprescindible, tus gafas y tu móvil.

6. Accesorios





**UN CORDÓN
EXCLUSIVO,
EN LATÓN CON BAÑO
DORADO Y ACRÍLICO,
A JUEGO CON
LOS COLORES DE
LAS GAFAS ACOMPAÑA
TUS MÓ FRONT ROW
2023 Y EL ORIGINAL
ESTUCHE.**

La propuesta masculina presenta una estructura
más sencilla pero igual de práctica y moderna.

6. Accesorios

Mercedes-Benz Fashion Week Madrid

MÓ VUELVE A ESTAR PRESENTE EN LA 77^º EDICIÓN DE LA MBFWMADRID

Como ya es habitual, Mó participa como patrocinador de MBFWMadrid, convirtiéndose así en el referente oficial de accesorios para la cita más importante y esperada de la moda española. Una vez más Mó quiere estar presente y apoyar a los diseñadores españoles en una fecha tan significativa.





MÓ APORTA ATRIBUTOS CLAVE COMO TENDENCIA Y DISEÑO, SIN PERDER LA ESENCIA LOCAL

En cada una de sus colecciones tanto cápsula como propias, Mó aporta atributos clave como tendencia y diseño, sin perder la esencia local característica de los diseñadores nacionales con los que colabora. Esto es posible, gracias a que Mó cuenta con un departamento de diseño propio que permite innovar, crear tendencias y romper con lo establecido para dotar de creatividad todas sus colecciones, al igual que los diseñadores que participan en MBFWMadrid.

Este 2023, como lleva haciendo desde hace más de 3 años, Mó contará con stand propio dentro del Cibelespacio de MFBWMadrid. En el que se presentará y estará disponible a la venta la colección cápsula FRONT ROW. mó





Entrevista — @avellaneda_eu

JUAN AVELLANEDA

El diseñador y estilista Juan Avellaneda, colaborador habitual para MÓ, nos habla de moda, tendencias y redes sociales.

¿Cómo es Juan Avellaneda si tuvieses que definirte en tres palabras?

Perfeccionista, soñador y apasionado.

Se te ha apodado el "El rey del esmoquin". ¿Qué opinas de este título?

¡Me encanta! Creo que es fabuloso que tus diseños sean reconocibles o se te identifique con alguna de tus prendas. Es un elogio maravilloso.

Fuiste el encargado del estilismo para la campaña de Front Row. ¿Cómo llevas el cambio de roles de diseñador a estilista?

Son dos mundos que me divierten muchísimo y que se complementan perfectamente. En AVELLANEDA aplico mi visión y con las colecciones de otros diseñadores o firmas me gusta interpretarlas. Ese trabajo me parece muy enriquecedor. Salir de la zona de confort siempre es bueno.

"LA TENDENCIA QUE MÁS ME GUSTA ES EL USO DEL COLOR. VENIMOS DE UNA ÉPOCA DE TONOS OSCUROS Y ME ENCANTA VER COLORES VIBRANTES."

Si tuvieses que elegir un solo modelo de la colección Front Row, ¿cuál sería?

Para montar un estilismo, sin duda, las gafas KARLIE en color rojo. Si fueran para mí, elegiría una montura más cuadrada. Me atrevería con el color rojo o el verde con los modelos de sol.

A la hora de seleccionar unas gafas, ¿qué dirías que es lo más importante?

¡Que te hagan vibrar! ¡Que te emocionen! Que cuando te las pongas te den "súper poderes" y te veas súper top con ellas.

La colección Front Row se adelanta a algunas de las tendencias que veremos este 2023. ¿Cuál es tu tendencia favorita para este año? ¿Y la que más odias?

La que más me gusta es el uso del color. Venimos de una época de tonos oscuros y me encanta

ver colores vibrantes. La que más odio: el uso de leggings, no puedo con esa prenda.

Te hemos visto trabajar en muchas facetas diferentes: diseñador, estilista, presentador... Y ahora se te ve como pez en el agua como tiktok. ¿Te esperabas tener tanto éxito?

La verdad es que me gusta muchísimo hacer cosas en TikTok. Es real, eres tú, puedes ser lo "freak" que quieras, sin filtros y 100%. Es un relax. En Instagram todo tiene que ser perfecto siempre, mientras que en TikTok puedes ser auténtico y eso es lo más fácil del mundo.

Al hablar de redes sociales es imposible no hablar de críticas y haters. Como creativo, ¿qué tal encajas las críticas?

Sinceramente, intento hacer caso omiso y enfocarme en las positivas; aunque siempre

escucho las negativas porque puedes aprender de ellas.

Hemos visto a muchos famosos con tus diseños, de Nieves Álvarez a Jaime Marichalar. Si pudieras elegir a alguien, ¿A quién te gustaría vestir?

Julianne Moore o Cate Blanchett, o Colin Firth... Me desmayaría con alguna de estas tres personas.

¿En qué marca/pieza recomendarías invertir?

En mi colección cápsula con Mó. Te van a dar la vida y podrás montarte lookazos con ellas. Además, lleva mi amuleto, el bambú; y eso te traerá suerte y energía. mó





8.

TENDENCIAS



Tendencias

El recién estrenado 2023 viene cargado con las nuevas tendencias de la temporada para primavera verano que reinarán en nuestros armarios. Las grandes firmas internacionales anunciaron sus propuestas dándonos alguna pistas de los colores, formas e inspiraciones que llevaremos cuando llegue el buen tiempo. La tónica dosmilera seguirá presente a través de los

TENDEN- CIAS

Jeans XL desgastados como apuestan Blumarín, Valentino o Givenchy, junto con prendas lenceras donde el encaje y las transparencias dejan entrever la ropa interior, como prescriben Paco Rabanne, Givenchy y Bottega Veneta. El estilo militar y las faldas largas confirman esta estética de los 2000.



Tendencias



En cuanto el uso del color, las grandes firmas internacionales como Chanel, Valentino y Tom Ford han apostado por una paleta sólida saturada para destacar accesorios y prendas con mucha presencia. Colores como el magenta, el azul cian o el verde jade, presentes en nuestra colección Front Row, teñirán nuestros outfits en primavera.



BRIANDA FITZ-JAMES STUART

Entrevista — @briandafjstuart

BRIANDA FITZ-JAMES STUART; ILUSTRADORA, DISEÑADORA, ARISTÓCRATA, DJ... CHARLAMOS CON LA POLIFACÉTICA ARTISTA SOBRE SU RELACIÓN CON LA MODA.

De la nueva colección que estamos presentando, ¿con cuáles te quedas para ti?

¡Uy, qué difícil! Lo que más me ha llamado la atención es el detalle de la varilla ancha con la bisagra en forma circular y la variedad de colores. Me quedaría con las gafas de sol color azul Klein o las fucsias. En cambio, para gafas graduadas, las de carey o las negras son mis favoritas. Segurísimo que me llevaría el modelo redondo Mo KARLIE que creo que me quedaría bien.

¿Nos podrías contar cuál es tu prenda fetiche, algo que nunca falta en tu look?

No creo que tenga una prenda fetiche, lo que sí te puedo decir es que tengo prendas que en momentos determinados puedo repetir hasta la saciedad. Unas veces toca un pantalón de Ynesuelves, otras unos mocasines de Gucci, una camiseta con el estampado de una pintura de David Hockney que me encanta o un abrigo de segunda mano.

En tu trabajo exploras lo onírico, las referencias religiosas medievales, la naturaleza... ¿De dónde nace este imaginario?

La belleza es lo que me mueve por dentro, por eso donde mejor me encuentro es rodeada de naturaleza. ¡No hay nada más bello!

La literatura medieval, lo onírico y el arte clásico vienen de mi infancia, de los libros que encontraba en mi casa y de ir a museos desde muy pequeña con mis padres.

Tus ilustraciones han saltado de las telas a otros soportes. ¿En dónde te encuentras más cómoda?

Quizás con el soporte que más cómoda me siento es en los tejidos, pero eso no significa que sea el que más disfruto. Me encantan los retos. Por ejemplo, ahora estoy empezando a pintar muebles y, aunque técnicamente me resulte más difícil, se me ha abierto un mundo de posibilidades.

Después de haber publicado tres libros, ¿nos puedes contar cómo ha sido esta experiencia? ¿Tienes algún nuevo proyecto literario sobre el que nos puedas avanzar algo?

Ha sido una experiencia increíble tener la oportunidad de poder hacer tres libros con tanta libertad creativa. Con cada uno aprendí y evolucioné creativamente. Es muy intenso por un lado, pero tan bonito cuando ves el resultado... Por ahora estoy centrada en otros proyectos, pero no descarto en un futuro próximo hacer otro libro. Ahora estoy trabajando en la agenda 2024 que hago para Tan tan fan, es el cuarto año ya. Es muchísimo trabajo porque todo lo pinto a mano, es prácticamente como hacer un libro. m6



Entrevista — @esfascinante

ES FASCINANTE

ES Fascinante nace como una plataforma para dar visibilidad al slow fashion marca España. Nos entrevistamos con madre e hija para saber más sobre este proyecto.

Para quien no esté familiarizado con el concepto de Slow Fashion, ¿nos podéis explicar en qué consiste la moda “lenta”?

La moda lenta es aquella moda hecha de forma, como su propio nombre indica, “lenta”. Con mimo, prestando atención en los detalles. Es una moda que apuesta por la calidad y la atemporalidad.

La moda lenta no entiende de tendencias ni modas pasajeras, está pensada para

perdurar e incluso recobrar valor con el tiempo. Es fascinante.

La idea de ES Fascinante surge a raíz de la experiencia de Valentina en marcas como Stella McCartney y Temperley London. Valentina, ¿crees que esta experiencia previa ha sido clave para lanzar este proyecto?

Ambas me aportaron una forma de entender la moda que hasta entonces no había contemplado.

"Desde un inicio tuvimos claro que ES Fascinante tenía que ser el hogar de diseñadores y artistas locales."

En Stella escuché por primera vez el término “slow fashion” y me introduje en los aspectos “sostenibles” de la moda. En Temperley desarrollé mis conocimientos de ecommerce y aprendí el modelo de negocio de plataformas como Farfetch, de la que luego ES Fascinante se inspiró. También comprendí el valor de potenciar y promover lo local y la entidad/estilo nacional de una marca para hacerla única en un mundo tan globalizado como el nuestro.

¿Cómo ha sido trabajar juntas todo este tiempo?

Ha sido una suerte y mucho más fácil de lo que inicialmente podíamos imaginarnos. Cada una tenemos muy claras nuestras responsabilidades y nos dividimos bien el trabajo. Trabajamos en equipo de forma natural, respetando y apreciando el valor de la otra. Es un regalo porque no hay nadie en el mundo que te pueda querer o entender como tu madre. Siempre va a buscar tu bien por encima del suyo.

El apellido Zuloaga está inevitablemente ligado al mundo de la pintura. En ES Fascinante no solo se vende moda, sino también arte y decoración. ¿Cómo ha influido en vosotras haber bebido de un ambiente artístico?

Desde un inicio tuvimos claro que ES Fascinante tenía que ser el hogar de diseñadores y artistas locales.

Además muchos de ellos son ambos y trabajan en múltiples formatos, lo que les convierte en personajes realmente fascinantes. Tener la enorme suerte de estar rodeados de arte de forma directa o indirecta influye en la educación del ojo, pero luego todo eso hay que cultivarlo y trabajarlo... Y en eso mi madre me lleva la delantera

¿Cómo creéis que el arte y la moda interactúan entre sí?

Son dos lenguajes artísticos que se expresan en diferentes formatos. En muchos casos conviven entre sí, como el caso de Arena Martínez. Nuestra creadora que imprime obras de arte pintadas por su padre en sus trajes de chaqueta y diseños.

¿Nos podríais dar algún consejo para tener un look perfecto?

Conoce tu cuerpo y lo que te sienta bien para realmente sacarte partido. No te dejes llevar por las tendencias. Es mejor invertir en menos prendas y de mejor calidad que tener mucho de todo.

¿Qué importancia tienen para vosotras los complementos, por ejemplo, unas gafas?

Siempre decimos que los complementos marcan la diferencia para conseguir un look “fascinante”. Es donde puedes realmente arriesgar e innovar.

"Si los consumidores realmente demuestran que les importa la sostenibilidad y actúan acorde a esos principios, las empresas no tendrán otra que cumplir."

Apostáis por un modelo de consumo sostenible, incluso tenéis un apartado “2NDLIFE” en la web. ¿Consideráis que el mundo está evolucionando en este sentido o aún queda mucho por hacer?

Estamos empezando, nos queda muchísimo camino, pero si los consumidores realmente demuestran que les importa y actúan acorde a esos principios, las empresas no tendrán otra que cumplir. Llegará un momento donde incluso sea obligatorio y haya leyes que hagan cumplir con x reglamentos que apoyen procesos más sostenibles.

No ha pasado mucho tiempo desde 2018 en el que empezasteis con 25 marcas y ahora contáis con más de 100. ¿Cuál es la perspectiva para este 2023?

Este 2023 pretendemos seguir creciendo al ritmo tan vertiginoso de los últimos 4 años. Estamos

trabajando en ofrecer más colecciones en exclusiva y aumentar nuestra riqueza y variedad en el catálogo de arte y deco. También puede que haya novedades en niños...

Pero a nivel marcas, no pretendemos crecer tanto en número, sino elegir muy bien con quienes queremos labrar un crecimiento a largo plazo donde podamos acompañarles en una expansión nacional e internacional que nos permita convertirnos en una de las mayores plataformas referentes en moda lenta y arte fascinante. m6



**ESCANEA
EL CÓDIGO QR
Y DESFILA CON
NOSOTROS CON
LA PLAYLIST QUE
HEMOS PREPARADO
PARA TI.**





MÓ
PATROCINADOR
Mercedes-Benz Fashion Week
MADRID

mó
solo en Multiópticas

FRONT ROW

Edición

2023