

Lolita

'Shorts' vaqueros, camisetas y deportivas en rosa cándido para el 'look' más seductor del verano.



218 €
Gafas, de Michael Kors.

141 €
Gafas, de Victorio & Lucchino.



105 €
Camiseta, de Le Mont Saint Michel.



45 €
Camiseta, de Liz Claiborne.



1000 €
Reloj, de Ferragamo.

55 €
Reloj, de Watx.



80 €
Short, de Meltin'Pot.

20 €
Short, de Blanco.



85 €
Zapatillas, de New Balance.

35 €
Zapatillas, de Mustang.



1.488 €

296 €



Americana (174 €) y camisa (110 €), de **MIRTO**. Muñequera (7 €), de **NIKE**. Reloj (200 €), de **FOLLI FOLLIE**. Anillo y pendientes de oro amarillo (425 €), de **Tous**. Cinta del pelo de rayas (14 €), de **LACOSTE**. Colgante de oro amarillo mate (450 €), de **TIFFANY**.
En la página siguiente: Camisa (142 €), de **LOVE MOSCHINO**. Reloj (280 €), de **FOLLI FOLLIE**. Pendientes de oro amarillo (433 €), de **Tous**. Colgante de oro rosa (4.770 €), de **CHOPARD**. Anillo de oro amarillo con diamantes (2.360 €), pulsera de oro con eslabones (1.795 €), y pulsera de oro con colgantes en forma de llave y corazón (855 €), de **TIFFANY**.



DESAFÍO AL TIEMPO

Deportivos, con pulseras blancas o de color, y elegantes, de esfera cuadrada:
son los cronógrafos atemporales que sobreviven al vaivén de las tendencias.



De izq. a dcha. y de arriba abajo:
 Camisa (110 €), de **MIRTO**; chaqueta,
 de **LACOSTE**; reloj con correa de piel
 y caja de oro amarillo (6.900 €), de
CARTIER; muñequera (7 €), de **NIKE**,
 y anillo (555 €) y pendientes (425 €)
 de oro amarillo, de **Tous**. Camisa
 (110 €) y americana (174 €), de
MIRTO; muñequera (7 €), de **NIKE**;
 reloj (90 €), de **SWATCH**, y anillo
 de oro amarillo (555 €), de **Tous**.
 Camisa (110 €) y americana (174 €), de
MIRTO; reloj con correa de piel y caja
 de acero (199 €), de **TOMMY**
HILFINGER; muñequera (7 €), de
NIKE; anillo de oro amarillo (555 €),
 de **Tous**, y colgante de oro amarillo
 mate (450 €), de **TIFFANY**.

Chaqueta y pañuelo (60 €), de **LACOSTE**. Bolso de charol (280 €), de **LONGCHAMP**. Muñequeras (7 €/c.u.), de **NIKE**. Reloj de cerámica (4.950 €), de **CHANEL**. Pulsera de oro amarillo (1.070 €) y colgante de oro amarillo con tres anillos (720 €), de **TIFFANY**. Anillo de oro amarillo (555 €), de **Tous**. Camisa (110 €), de **MIRTO**.



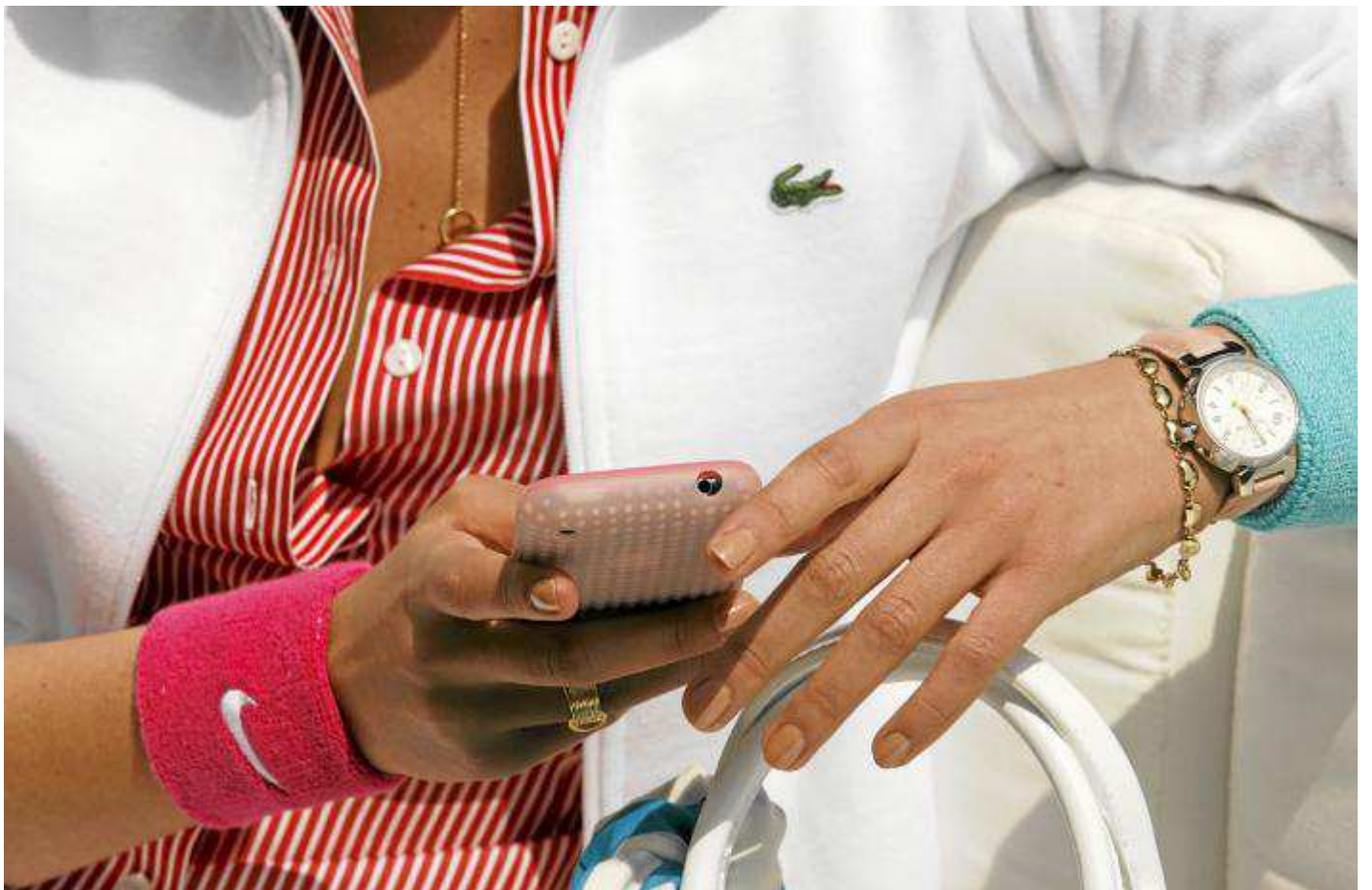


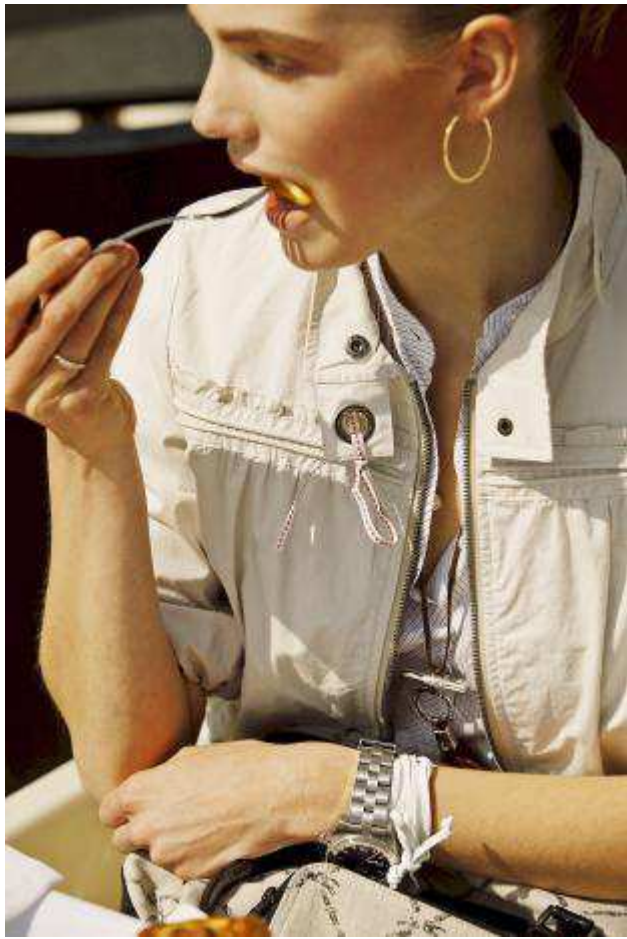
Arriba: *Trench* (1.020 €), de **LONGCHAMP**.
 Camisa (142 €), de **LOVE MOSCHINO**.
 Pantalón (45,36 €) y llavero (18 €),
 de **EL CABALLO**. Colgante (4.770 €), de
CHOPARD. Reloj (2.560 €), de **BVLGARI**.
 Anillo con diamantes (2.360 €), de
TIFFANY. A la izq.: *Trench* (1.020 €),
 de **LONGCHAMP**. Camisa (142 €), de
LOVE MOSCHINO. Pulsera (518 €)
 y reloj (350 €), de **Tous**. En la página
 siguiente: Americana (140 €), de **LACOSTE**.
 Camisa (142 €), de **LOVE MOSCHINO**.
 Pulsera (518 €) y pendientes de aro
 (433 €), de **Tous**. Reloj (6.140 €), de
OMEGA. Bolso (280 €), de **LONGCHAMP**.
 Pulsera con colgante (855 €), de **TIFFANY**.





Americana (174 €), de **MIRTO**, Muñequeras (7 €/c.u.), de **NIKE**, Reloj (148 €), de **MOSCHINO**, Pendientes (425 €), de **TOUS**, Colgante con forma de corazón (4.040 €), de **CHOPARD**, Alianza doble (675 €) y pulsera de oro (1.795 €), de **TIFFANY**, En la página siguiente, de arriba abajo: Visera (25 €) y pañuelo (60 €), de **LACOSTE**, muñequeras (7 €/c.u.), de **NIKE**, reloj (177 €), de **MOSCHINO**, top (39 €), de **VAN-DOS**, bolso (280 €), de **LONGCHAMP**, pulsera de oro (1.795 €) y alianza doble (675 €), de **TIFFANY**, y colgante con forma de corazón (4.040 €), de **CHOPARD**, Chaqueta y pañuelo (60 €), de **LACOSTE**, camisa (110 €), de **MIRTO**, bolso (280 €), de **LONGCHAMP**, muñequeras (7 €/c.u.), de **NIKE**, reloj (1.660 €), de **LOUIS VUITTON**, pulsera de oro (1.070 €), de **TIFFANY**, y anillo (555 €), de **TOUS**,







Americana (174 €), de **MIRTO**, Muñequeras (7 €/c.u.), de **NIKE**, Bolso, de **LONGCHAMP**, Reloj (229 €), de **VICEROY**, Colgante con forma de corazón (4.040 €), de **CHOPARD**, Pendientes (425 €), de **TOUS**, y alianza doble (675 €), de **TIFFANY**, En la página anterior, de izq. a dcha. y de arriba abajo: Americana (140 €), de **LACOSTE**; camisa (142 €), de **LOVE MOSCHINO**; bolso (280 €) y colgante (140 €), de **LONGCHAMP**; reloj con diamantes (29.500 €), de **CARTIER**; pulsera de aros (518 €), de **TOUS**; pulsera con colgantes (855 €) y anillo de diamantes (2.360 €), de **TIFFANY**, Camisa (149 €), de **LOVE MOSCHINO**; chaqueta (95 €), de **VAN-DOS**; reloj (2.700 €), de **DIOR**; pendientes de oro (433 €), de **TOUS**, y anillo de diamantes (2.360 €), de **TIFFANY**; pulsera de cuero blanco (140 €) y colgante, de **LONGCHAMP**, Americana, de **LACOSTE**; camisa, de **LOVE MOSCHINO**; anillo y pulsera con colgante, de **TIFFANY**; de aros, de **TOUS**, y reloj, de **EMPORIO ARMANI**, Camisa (182 €), de **LOVE MOSCHINO**; pañuelo, de **HERMÈS**; reloj, de **CHAUMET**, y anillo con diamantes (2.360 €) y pulsera de oro (1.795 €), ambos de **TIFFANY**.



Camisa (142 €), de **LOVE MOSCHINO**, Americana (140), de **LACOSTE**, Reloj (1.900 €), de **TAG HEUER**, Colgante y bolso, de **LONGCHAMP**, Pulsera de oro con colgante, de **TIFFANY**, Pendientes (425 €) y pulsera de oro amarillo (518 €), de **TOUS**.



WWW.
YODONA.
COM
Album
TODOS LOS DESFILES
QUE INSPIRAN ESTAS
TENDENCIAS.



De izq. de dcha. y de arriba abajo: Americana (174 €), de **MIRTO**; top (39 €), de **VAN-DOS**; y muñequera (7 €), de **NIKE**; reloj (330 €), de **EMPORIO ARMANI**; colgante con forma de corazón (4.040 €), de **CHOPARD**; pulsera de oro amarillo con corazones (1.070 €) y de eslabones (1.795 €), de **TIFFANY**. Gafas (250 €), de **MOSCHINO**; cazadora (95 €), de **VAN-DOS**; camisa (149 €), de **LOVE MOSCHINO**; reloj (270 €), de **EMPORIO ARMANI**; anillo de oro amarillo con diamantes (2.360 €), de **TIFFANY**, y colgante de cuero y metal, de **LONGCHAMP**. Cazadora, de **VAN-DOS**; camisa (149 €), de **LOVE MOSCHINO**; reloj (8.600 €), de **CHOPARD**; anillo de oro amarillo con diamantes (2.360 €), de **TIFFANY**, pulsera de oro amarillo (518 €), de **TOUS**; pulsera, de **TIFFANY**, y bolso (404 €), de **LONGCHAMP**.

AYUDANTE DE REALIZACIÓN: CÁNDDIDA LEDO, MAQUILLAJE Y PELO:
VÍCTOR ÁLVAREZ (KASTEEL), AYUDANTE DE PELUQUERÍA Y MAQUILLAJE:
MANUELA PANE. MODELOS: ANJA Y JULIA. PRODUCCIÓN: SUSANA LÓPEZ.
AGRADECIMIENTOS: HOTEL REY JUAN CARLOS I DE BARCELONA.

1.



Muñecas
EXÓTICAS

1. Modelo *Huge in Hall* (130 €). 2. *Dorado Giant Shimmer* (265 €). 3. *Ancho From Within* (195 €). 4. Divertido *Dancing hands* (90 €). Todos, diseñados por **MANISH ARORA PARA SWATCH.**



3.



Colección
Desfile de Manish Arora de otoño-invierno 2009/2010.

2.



MEJOR precio

4.

India

SEDUCTORA

Grandes dosis de **optimismo** y **extravagancia** llenan la colección de Swatch diseñada por Manish Arora.

Simbología tradicional, fantasía *bollywoodiense*, cultura pop, sentido del humor y alegría de vivir salpican los diseños del creador de origen hindú Manish Arora. Sus exóticos grafismos, que, desde 2007, muestra en la London Fashion Week, llenan ahora cuatro emblemáticos modelos de Swatch: *Irony*, *Skin*, *Puzzle Motion* y *Original Gent*. Todos ellos se llenan de movimientos de danza oriental, colores ácidos y brillantes, y muchos corazones, el motivo favorito del diseñador. El resultado, relojes llenos de moda listos para embellecer las muñecas más exigentes. **_por Sara Sáez**



Urban Spin (220 €), de **FOLLI FOLLIE**.



Colección Top (89 €), de **VICROY**.

MEJOR precio



Khaki GMT (695 €), de **HAMILTON**.



J Couture Bee (250 €), de **JUICY COUTURE**.



Aqua Terra (6.660 €), de **OMEGA**.



Moorea Swan (1.200 €), de **PEIGNET**.



Brasilia (8.030 €), de **EBEL**.



J12 (6.300 €), de **CHANEL**.

TOMMY HILFGER



CALVIN KLEIN



CHLOÉ



FENDI



LACOSTE



GIVENCHY



HORAS EN blanco

Los relojes siguen el ejemplo de la pasarela y se presentan neutros, para conseguir un 'total look' níveo.

El calor lo ha convertido en el tono imprescindible del verano: es fresco, elegante y sienta de fábula cuando se está bronceado. Junto a bolsos y sandalias, los relojes se han convertido últimamente en el accesorio albo con más estilo. Las firmas no han dudado en jugar con correas de caucho, esferas nacaradas y cajas de cerámica, creando modelos luminosos y veraniegos. ✕



Puro acero

Las muñecas más audaces y sofisticadas se visten con modelos de pulsera metálica y cajas refinadas con logotipos originales y llamativos.

1. Reloj con caja redonda y *logo* (115 €), de **MISS SIXTY**. 2. Con caja cuadrada (160 €), de **MOSCHINO CHEAP AND CHIC WATCHES AND JEWELS**. 3. Con brazalete semirígido (150 €), de **D&G TIME**. 4. Rectangular (120 €), de **BREIL TRIBE**. 5. Con el *logo glitter* en la esfera (125 €), de **MISS SIXTY**.

1

MEJOR
precio

2

3

4

5

6



Elie Saab



Dries van Noten



Chanel

FOR SARA SÁEZ. FOTOS: D.R./PODIUM PICTURES

1. Reloj diseñado por Marc Alfieri en edición limitada, de **CHAUMET**.
2. Modelo *Character* (75 €), de **RADIANT**.
3. *Rapsody* (180 €), de **FOLLI FOLLIE**.
4. *The Santos 100 Skeleton*, de **CARTIER**.
5. *Profesional Sport Watch* (1.095), de **TAG HEUER**.
6. Modelo *Emprise LV* de oro (10.000 €), de **LOUIS VUITTON**.

PERFIL geométrico

Por su elegancia y su toque masculino, las cajas cuadradas combinan con los accesorios de pasarela que buscan en las líneas rectas la forma perfecta.

Pulsera TAMAÑO 'MAXI'

Decorar las muñecas con piezas de varios centímetros de ancho es una **tendencia** vista en las pasarelas esta temporada. El mundo de la relojería se apunta también a esta moda, integrando los relojes en sofisticados **brazales** de aire pop.



1. Reloj *Ck Gloss* (270 €), de **CK CALVIN KLEIN WATCHES**.
2. Modelo *Centaury pyton* (99,90 €) de **ESPRIT**.
3. Reloj *Agyness* (295 €), de **JUICY COUTURE**.
4. Modelo unisex (17,95 €), de **TOO2LATE**.
5. De la colección *Gravure* (135 €), de **CUSTO ON TIME**.
6. Con pulsera de acetato blanco (235 €), de **EMPORIO ARMANI**.



De arriba a abajo:

Los conocidos cierres de la pulsera **Pandora** durante su proceso de creación, antes de ser pulidos. Molde de abalorios realizado en cera y trabajado de manera artesanal.

Fachada de la fábrica en Gemópolis, cerca de la capital tailandesa.

En la página siguiente, una artesana trabaja en el montaje de una pieza.

Boceto de uno de los diseños. Los abalorios de esta pulsera, realizada especialmente para YO DONA, representan la historia de Pandora.





La vida en una **PULSERA**

Pandora desarrolla un concepto de joya única que se convierte en fiel reflejo de la personalidad de quien la lleva. Cada pequeña pieza de oro, plata o cristal simboliza algo especial. El trabajo de la marca se fragua entre Copenhague y Bangkok, dos ciudades que bien podrían representar el cerebro y el alma de la casa. **Tras más de 25 años de labor, la firma de abalorios materializa su propia historia en pulsera, y en exclusiva, para YO DONA.**

por CHARO MORA + fotos MANUEL YLLERA

Entre templos y rascacielos, a escasos kilómetros de Bangkok, en plena Gemópolis, la zona dedicada exclusivamente a las piedras preciosas y joyería, encontramos a Christian Enevoldsen. Pertenece a la tercera generación de la familia fundadora de Pandora, y nos recibe en la fábrica que tiene la firma en la ciudad asiática desde 1992. Un espacio de 8.500 m² donde se realizan, con verdadero mimo y cuidado artesanal, los famosos abalorios que forman el complejo universo Pandora. Junto a él recorreremos las instalaciones donde se funde la plata, el oro y el cristal de Murano, y se moldean los famosos adornos, tratados como pequeñas esculturas. La intensa luz, que se filtra en la sala a través de las ventanas, advierte de que en el exterior la temperatura se acerca a los 40°. En un refrigerado interior se encuentran los talleres donde se incrustan las piedras semipreciosas y los diamantes en las delicadas piezas que, más

tarde, encontrarán su razón de ser en torno al cuello o la muñeca de una mujer. El proceso es minucioso. Para un solo abalorio se necesitan 28 pasos distintos. Los ocho primeros, dedicados al diseño, se realizan en el estudio de Copenhague. Los otros 20 están centrados en la producción y se llevan a cabo gracias al virtuosismo de los 1.000 empleados que trabajan en la sede de Bangkok. El resultado: un milagro de escasos centímetros cuyo precio oscila entre 22 y 985 euros, y que puede tardar hasta tres meses en estar completamente terminado. Pero todo tiene su misterio. Entre abalorio y abalorio, Christian recorre con su memoria los inicios de la firma y explica cómo sus padres, Winnie y Per Enevoldsen, abrieron su primera joyería en la céntrica Norrebrogade Street de Copenhague, en 1982. Ahora, con la cuarta generación de la familia al frente, el equipo ha crecido de tres a 500 empleados en Dinamarca.

→



De izq. a dcha. y de arriba abajo: Barras de cristal de Murano antes de ser transformadas, una a una y mediante calor, en abalorios. Mezclando los colores del esmalte que recubrirá algunas piezas. Operaria de la fábrica de Bangkok. La plata y el cobre que fundidos darán su famosa pureza de 925 por ciento. Trabajando con soplete el cristal de Murano. Recién llegado del estudio de Copenaghe, un nuevo diseño de abalorio es leido por láser para perfilar su volumen.

Según la mitología griega, la ‘travesura’ de Pandora consistió en liberar todos los bienes de la creación, movida por la mejor amiga del conocimiento: la curiosidad. De ahí que su nombre significara para los helenos *todos los regalos* o *todos los dones*. Esta idea cautivó a la firma, ya que, desde sus inicios, basaba su filosofía en diseñar joyas que ofrecieran algo especial, distinto y muy personal. Por aquel entonces, el matrimonio danés todavía no realizaba sus propias creaciones, sino que elaboraba piezas por encargo. Cuando los viajes a Tailandia en busca de las materias primas se hicieron frecuentes, en 1987, decidieron fabricar sus productos. En ese momento se incorporó al equipo la orfebre Lone Fradsen y, con ella, nacieron las primeras creaciones originales. «Un conjunto de piezas que, desde una pequeña colección, y al escuchar las historias y los deseos de las mujeres afines a la firma, fue creciendo y creciendo, haciéndose cada vez más extensa», cuentan desde la propia marca. No obstante, no fue hasta 1996, momento en que se unió a la empresa la segunda diseñadora, Lisbeth Eno Larsen, cuando se perfiló y ajustó el concepto definitivo de Pandora. Con esta creadora nació el brazalete que se ha convertido en emblema de la casa.

Las culturas antiguas narraban la creación del universo a través de objetos míticos como un tapiz, una pintura o una joya. Estas piezas contenían, de manera simbólica, todos los elementos del Génesis. Y es que las historias no tienen por qué contarse sólo con palabras. Algo que los responsables de la firma tuvieron claro cuando, en 1999, lanzaron la famosa pulsera, a través de la cual toda mujer podía exteriorizar su proceso de madurez, modificándola a medida que se sucedían los distintos acontecimientos de su vida. La idea se basa en permitirle llevar siempre cerca los momentos más importantes de su existencia. De esta forma, se abre un abanico infinito de posibilidades, a partir de un catálogo de casi 500 abalorios diferentes que se divide en grupos temáticos –desde animales, letras, signos del zodiaco o prendas a los objetos más cotidianos–, y que va creciendo a la velocidad que marcan los deseos de las seguidoras de la firma, de la misma manera que nacen también nuevas líneas de joyería, como las llamadas *Mix&Max* y *Love Pods*. No en vano, el último de los dones que surgió de la famosa caja de Pandora fue la esperanza, y esta siempre trae nuevas y agradables sorpresas. ✕



Pandora. **DESDE SU NACIMIENTO**

1. Abalorio homenaje al mito griego de **Pandora**. **2.** Un cochecito de niño simboliza el nacimiento de Christian, tercera generación de la familia, en 1978. **3.** En 1982, **Winnie** y **Per Enevoldsen** abren su joyería en Copenhague. **4.** Los frecuentes viajes a Bangkok en 1982 inspiran esta pieza. **5.** Representa la labor de la firma como importadora de **piedras preciosas**. **6.** En 1987 se une al equipo Lone Fradsen. La moda es una de sus fuentes de inspiración. **7.** En 1989 Pandora abre una fábrica en **Tailandia**, su segundo hogar. **8.** La diseñadora **Lisbeth Eno Larsen** se une al equipo en 1996. Los motivos naturales se convierten en la base de sus creaciones. **9.** En 1996 se define el característico estilo de Pandora. **10.** En 1999 aparece la **pulsera** Pandora. **11.** Nace la línea **'Mix & Match'**, compuesta principalmente por pendientes en plata u oro con colgantes de perlas y piedras semipreciosas. **12.** Aparece la colección **'Love Pods'**, anillos que combinan entre sí. **13.** En 2004, Christian se muda a **Bangkok**. **14.** La marca se globaliza. Con presencia en **18 países**, se ha convertido en *La reina de los abalorios*. **15.** Celebra su 25 aniversario en 2007. **16.** El nacimiento de los hijos de Christian supone la existencia de una nueva generación. **17.** Como final, un cristal en color verde, símbolo universal de la **esperanza** porque esta fue lo último en salir de la caja de Pandora. **Arriba:** Detalle del montaje de una pieza de la firma.

Los 17 abalorios resumen **la historia de Pandora** y componen la pulsera realizada para YO DONA.



Bebés IMPOLUTOS

Ni rosa ni azul ni amarillo. La canastilla de los recién nacidos se ilumina con grandes dosis de color blanco.

1. Cárdigan (34 €), de **PETIT BATEAU**. 2. Zapatillas (270 €), de **BABY DIOR**. 3 y 4. Body y vestido, de **BURBERRY CHILDRENSWEAR COLLECTION**. 5. Bailarinas (29,50 €), de **GEOX**. 6. Peto (57,50 €), de **ARMANI BABY**. 7. Pantalón (64,30 €), de **TIMBERLAND**. 8. Peluche (19 €), de **IMAGINARIUM**. 9. Peto de nido de abeja (100 €), de **ROBERTO CAVALLI NEW BORN**. 10. Vestido (16,90 €), de **BENETTON**. 11. Sandalias (19,90 €), de **CHICCO**. 12 y 13. Babero (47 €) y zapatillas (50 €), de **1ª CLASSE ALVIERO MARTINI**. 14. Body (80 €), de **D&G JUNIOR**.



Con arte

Nicky Hilton eligió la edición especial *LV Hands* que Takashi Murakami realizó en 2007 con motivo de la exposición retrospectiva sobre el artista japonés en el Museo de arte Contemporáneo (MOCA) de Los Angeles.



De colección
Sólo se pondrán a la venta 200 unidades a 815 €.

Las mil caras de un 'it bag'

Louis Vuitton lanza nuevas y originales revisiones de su representativo modelo 'Neverfull'.

Para viajar, llevar las cosas del bebé o el almuerzo a la oficina. En apenas un par de años, el *Neverfull* de Louis Vuitton se ha convertido en uno de los modelos más emblemáticos de la firma. A pesar de su humildad –está realizado en lona *Monogram* sin forrar–, el bolso ha supuesto un descubrimiento para muchas mujeres en todo el mundo, que han encontrado en él un aliado para el día a día por su multifuncionalidad, ligereza, fortaleza (presume de pesar sólo 200 g y soportar unos 200 kg) y gran capacidad. Aparte del original –convertido en clásico desde que viera la luz en 2007, con el monedero interior a juego–, la familia *Neverfull* se ha ido ampliando con nuevas piezas, algunas de ellas en edición limitada. Este verano se presentan dos: el *Monogram* con el interior en rojo, que sale a la venta en este mes, y el *Monogram Especial Puerto Banús* (arriba, en la foto), sólo disponible en la exclusiva tienda de Marbella. **_por Sara Sáez**



El *shopping bag original* (480 €), con el monedero a juego (175 €).



El nuevo '**Damier**' (480 €), con el interior en rojo, que sale a la venta este mes.



La versión más **exótica** (25.300 €), de piel de cocodrilo marrón.



El '**Monogram Graffiti**' (815 €) rinde homenaje al artista Stephen Sprouse.



El '**Neverfull Roses**' (855 €), con flores fluorescentes y el interior rosa.