

a

MAGAZINE

EL PODER DE LA LUZ

Descubre un sinfín de ideas para disfrutar del hogar... ¡y del verano!

EN FAMILIA

Analua, un tándem infalible

— Pág. 28 —

LIVING LA VIDA

Concept stores con encanto

— Pág. 106 —

NOTICIAS

El sector inmobiliario consolida su auge

— Pág. 74 —

a **TRABAJAR**
 Visitamos la sede
 de Parachilna

Pág. 34



Flaminia Pelazzi



DINERO

Pág. 8

Talismanes veraniegos

Complementos en colores pastel, **estampados exóticos** y dispositivos increíbles que ya son realidad.



Pág. 28

EN FAMILIA

El tándem de Analua

Nuria Lladó y **María Toledo**, madre e hija, se guían por la máxima "menos es más" para sus creaciones.



Pág. 30

PARA LOS MÁS PEQUEÑOS

El cofre del tesoro

Selección de prendas, bolsas y *gadgets* domésticos con un **golpe de efecto** asegurado y muchas sonrisas.



Pág. 32

MASCOTAS

Universo de estímulos

Estética y funcionalidad se aúnan en cada uno de los ítems pensados para el día a día de nuestras mascotas.

FRESCURA HECHA MODA

Nuria Lladó y María Toledo, madre e hija, lideran Analua convencidas de que, en la moda, menos es más.

POR ANNA TOMÀS

Lanzarse de lleno al mundo de la moda es toda una aventura. Es algo incierto, difícil, arriesgado, un auténtico desafío que requiere mucho trabajo y una enorme dedicación. Lo es ahora y, posiblemente, aún lo era más en 2015, cuando Nuria Lladó y María Toledo crearon Analua.

Con mucho trabajo, creatividad y, además, la complicidad que implica ser madre e hija, tres años después puede constatarse que su firma está consolidada y que el éxito las acompaña. Trabajan en equipo, pero no comparten las mismas tareas. “Nuria se ocupa de la dirección de la empresa y la parte creativa y yo me encargo de la comunicación, el marketing y los estilismos”, explica María. A lo que añade: “Para nosotras es la excusa perfecta para pasar tiempo juntas; siempre decimos que Analua es nuestro estilo de vida. Cuan-

do viajamos, nos pasamos el día buscando tendencias e inspiración; es cuando más disfrutamos con nuestro trabajo”.

Tal vez ese tándem es uno de los secretos del buen funcionamiento de Analua. Por un lado, la experiencia y la carrera profesional de Nuria en el mundo de la moda, el patronaje y el diseño. Por el otro, el contacto con las nuevas generaciones de María, que ya antes de lanzar

la marca contaba con más de 40.000 seguidores en Instagram, lo que supone una gran ayuda en la comunicación online de las novedades de la marca.

La mayoría de las personas que conocen Analua definen la marca con calificativos como “fresca”. Nuria cree que puede deberse a la forma en que desarrollan sus creaciones: “Siempre nos basamos en la premisa ‘menos es más’.



La firma española apuesta por el color block para deslumbrar esta temporada.



“Preferimos hacer las cosas bien, poco a poco, que aspirar a vender a toda costa.”

producto llegará con la calidad por la que siempre hemos apostado y que identifica nuestras creaciones”, indica María.

Esta línea de actuación ha llevado a la firma a tener, en muy poco tiempo, una importante presencia en el mercado. Al respecto, María comenta: “Hemos logrado más de 150 puntos de distribución gracias al trabajo con grandes profesionales, con comerciales que llevan una larga carrera en el sector de la moda”. Sin dejar de lado los canales de venta online, su prioridad es apostar por la presencia en tiendas: “Actualmente vendemos a nivel nacional en tiendas multimarca que han apostado por nosotras y que están muy bien posicionadas en el mercado. Creemos mucho en el comercio tradicional”.

Cuando, a modo de resumen, se les pregunta por el secreto de su éxito, ambas coinciden en señalar: “Creemos que la razón de nuestro éxito ha sido cuidar mucho nuestro producto, tener muy claro a qué tipo de mujer nos dirigimos y trabajar con grandes profesionales”.

La elegancia y la comodidad no están reñidas en nuestra forma de entender la moda”. Siendo fiel a esta idea, el diseño de sus prendas marca una tendencia propia, abrazando la moda pero dejando espacio para la originalidad de cada mujer. El resultado, explica Nuria, es “un imaginario de sensaciones que llevan a la armonía de líneas y formas, de la que emerge una moda fresca, elegante, minimalista y versátil”.

Nuria ve la moda como un modo de expresión: “Nos mostramos por medio de la ropa que usamos, lo que refleja nuestro estilo y nuestro estado de ánimo. Un diseñador debe ofrecer a una mujer los elementos para su autoexpresión. La belleza y el yo de una mujer deben ser mejorados, no definidos, por la ropa que viste”.

Una forma de entender la moda que puede parecer, en los tiempos actuales, muy arriesgada. Pero, según ellas, “el mundo de la moda es arriesgado si quieres obtener resultados rápidos”. La experiencia de más de treinta años en el sector que atesora Nuria les ha proporcionado una visión madura y lógica para afrontar este reto: “No queremos crecer a cualquier precio, preferimos tener la seguridad de que estamos haciendo las cosas bien que aspirar a vender por todo el mundo a corto plazo”.

Aun así, manteniendo los pies firmemente asentados en el suelo, son conscientes de sus posibilidades y no descartan expandirse. “Por supuesto que estamos estudiando exportar y ampliar el mercado, pero no lo haremos hasta que tengamos la total seguridad de que el

LÍNEA BÁSICA

Estilo elegante y minimalista

Los diseños que presenta Analua son totalmente distintos de una temporada a otra, pero mantienen siempre esa línea básica de la que las clientas suelen “enamorarse”. Las suyas son prendas confeccionadas a partir de tejidos de alta calidad, con diseño y patronaje a cargo de Nuria Lladó, que acumula más de treinta años de experiencia en el mundo de la moda. Son diseños en los que predominan las líneas suaves y armónicas para enaltecer y potenciar lo mejor de cada mujer. El resultado es un flujo imaginario de sensaciones que conduce a una armonía de líneas y formas de la que emerge un estilo elegante, minimalista y versátil.