



# UN JOC COMPARTIT

Els nens són els protagonistes del Nadal en unes festes familiars on no falten els regals ni les joguines. Pares, avis, tiets... tots volen sorprendre d'alguna manera. Posats a consumir -perquè es gairebé inevitable- és millor fer-ho amb seny amb iniciatives sostenibles que promouen valors educatius, connecten generacions i no discriminen per gènere. Disseny, creativitat i molta imaginació.

ÉS  
TENDÈNCIA!



## 1 POESIA VISUAL

**Visual Poetry Barcelona** fa de les peces de roba de cotó orgànic el seu llenç d'expressió artística. Com? A través de copsar-hi poesia il·lustrada amb dibuixos que amagen missatges subtils, sovint vinculats amb pensaments i sentiments, allunyats de tòpics i cursileries. «Volem donar personalitat a la nostra roba, que sigui didàctica i fer que la gent es pregunti el significat del nostre art, l'interpreti i, finalment se'l faci seu», explica el dissenyador Xavi Bartrina, un dels impulsors de la marca. Quan l'essència és el llenguatge que entra pels ulls... [www.visualpoetrybarcelona.com](http://www.visualpoetrybarcelona.com)



## 2 UNA EXPERIÈNCIA

**El Nan Casteller** s'inspira en l'antiga tradició de construir castells per transmetre un seguit de valors educatius als nens que apel·len la societat i el medi ambient. La firma es basa en el reconfortant concepte de les abraçades, del lligam amb els demés a través d'encaixar peces de fusta -els Nans- i enfilant-los un sobre els altres per buscar l'equilibri. Un joc creatiu aliè a les modes, que no és ni blau ni rosa i aposta pel consum responsable. Joguines ètiques que tenen una llarga vida. [www.elnantoys.com](http://www.elnantoys.com)



## 3 NO ÉS EL TÍPIC PIJAMA

**Tinycottons** concep els nens com a «petits adults» a través de dissenys propis amb un estil marcat, elaborats amb teixits de qualitat. Ara, la firma barcelonina nascuda l'any 2012 per Barb Bruno i Gerard Lazcano, li dona un gir al Nadal amb una col·lecció càpsula de pijames pensats per a tota la família. «Volíem desenvolupar una proposta que unís pares i fills a través d'una peça que els faci sentir i compartir l'esperit nadalenc», diu la dissenyadora Vicky Bruno. La nova línia d'edició limitada consta de monos per a nadons i un set depijames per a nens i adults amb dos dels estampats estrella de la marca. [www.tinycottons.com](http://www.tinycottons.com)

## 4 ESSÈNCIA ROMÀNTICA

L'arquitecta Cristina Fernández és la creadora de **Little Creative Factory**, fundada l'any 2011 arran del naixement de la seva filla Ona. D'imaginar molt potent, la marca d'arrels artesanes i esperit romàntic connecta amb el passat a través de dissenys contemporanis que juguen amb les teles, els volums i les capes per crear una experiència única més enllà del ritual de vestir-se. Aquest 2019, la firma habitual al O80 Barcelona Fashion assumeix un nou repte: «Desfilarem a la passarel·la catalana amb una primera col·lecció de dona», conclou la Cristina.



«Volem donar personalitat a la nostra roba, que sigui didàctica i que les persones es preguntin el significat del nostre art, l'interpreti i se'l faci seu»

Xavi Bartrina, dissenyador de Visual Poetry Barcelona.



## 5 LECTURES TREPIDANTS

**Blackie Little** va néixer amb una convicció clara seguint les paraules de l'autor Bernat Shaw: «Posa't com a norma no donar-li a un nen un llibre que tu no llegiries». El segell infantil de l'editorial Blackie Books sap que les primeres lectures són les que ens marquen de per vida i per això posa especial èmfasi en la tria dels seus llibres: expliquen històries màgiques, gamberres, divertides i trepidants amb il·lustracions potents. Per Nadal, pots ampliar la biblioteca amb les darreres novetats com *L'illa de l'Abel* de William Steig, una obra mestra de la literatura infantil. [www.littlecreativefactory.com](http://www.littlecreativefactory.com)



OCipedia

## CAMPANYA SOSTENIBLE

La iniciativa #joregalotalen tlocal és una campanya iniciada a Instagram al setembre per cridar l'atenció dels consumidors de cara a fer els regals de Nadal. Es posicionen com una alternativa local i de proximitat, i de moment ja compta amb gairebé 300 marques adherides sota aquesta mateixa etiqueta. El consum sostenible i de proximitat pren cada vegada més força en aquesta època de l'any. [talentolocal.org](http://talentolocal.org)

