

Laura
Adell

PORTFOLIO

*Fashion
designer*





LAURA ADELL

FASHION DESIGNER

As a design student, I have been passionate about everything that revolves around fashion and art from a young age. Highlights my work for meticulousness, the communication, my particular eye on the use of colour and my eclectic style; pushed by the retro and the avant-garde.

I love to travel, languages, music and cinema. As well as philosophy, nutrition and photography.

ABILITIES

- Design
- Technical sheets
- Pattern making
- Cutting and assembling
- Textiles
- Drafting
- Stylist and trends
- Graphic design and layout (Ps, Ai & Id)
- Manual stamping
- Leadership skill, co-working and opinion

CONTACT ME

- Address: Escola Pia 94, C 5th 2nd, Sabadell, Barcelona. 08201
- Email: frshvntg@gmail.com
- Cell phone: 608819144

WORK EXPERIENCE

TEXTILE AND FASHION

SCENIC TECHNICAL TEXTILES

- Administrative in commercial dept. in Sabadell, Barcelona (2017)

STRADIVARIUS

- Internship agreement in high school
- Shop assistant in Sabadell, Barcelona (2013)

CATERING

TAPS

- Waitress in a downtown bar of Sabadell, Barcelona (2019)

EL PATI DE L'ALIANÇA (ALLIANCE FRANÇAISE)

- Waitress in a downtown restaurant of Sabadell, Barcelona (2016 - 2018)

EDUCATION

LCI BARCELONA (FELICIDAD DUCE)

- Degree in Fashion Design (2018 - 2022)

ESCOLA PIA SABADELL

- Humanistic baccalaureate (2012 - 2014)

CERTIFICATES

- 1st prize for poetry - Floral Games (2012)
- 1st prize for poetry - Floral Games (2013)
- B2 Cambridge English (2016)

LANGUAGES

- Catalan: Native
- Spanish: Native
- English: C1 (oral, written and read)
- French: Basic competence

OTHER TASKS AND VOLUNTEERING

Modeling:

- Audiovisual projects
- Artistic shootings
- Costume fittings

Delegation

- High school
- College

About Me

I am a creative person and I cannot conceive a single day without being able to get up and freely choose what I want to wear. I really think that the funniest part of fashion is the power to create an imaginary through some pieces of clothing and an attitude.

In my opinion, having references is very important and we must stay tuned to everything that surrounds us. Through shapes, colors and different cultures we can extract a message which will end up being developed in our own visual speech.

I am currently studying Fashion design degree, and step by step I keep discovering myself in this world full of imagination. As someone said one day, the most important thing is to be awake.

■ Notable Projects

C o l l e c t i o n s — G a r m e n t s — M a g a z i n e s — D r a f t i n g

Project 1

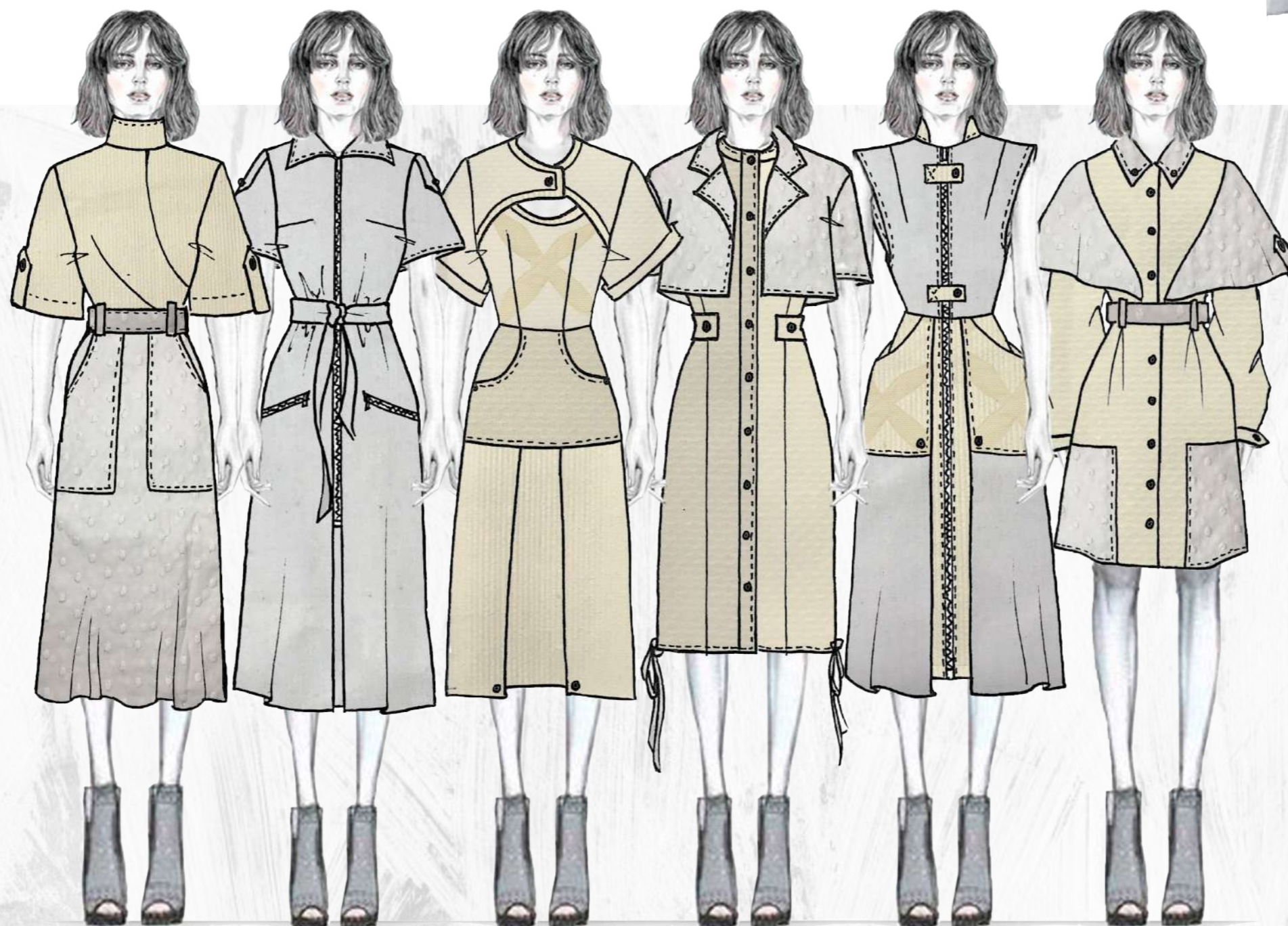
FASHION DESIGN PROJECTS

WE CAN DO IT

This collection based on the 2nd World War is inspired by those women who fought for well-being. Their role was decisive. They were snipers, spy, pilots and built weapons, ships and tanks. They always were in the rear as they were not allowed to be on the battlefield. In USA, they also altered their occupation as housewives with work in the munitions factories. The best known advertising poster of that time was from Rosie, the riveter, and its famous phrase "We can do it". Because there is nothing that woman cannot do.

She is self-confident, passionate and spontaneous. Also adventurous and a lover of truth. These looks welcome a sophisticated imaginary aimed at all those upper-middle class women who like to show off powerful and feminine beauties. With a military aesthetic, these garments can be used on different occasions. Its mission is to be functional but without losing an iota of elegance, what endows them with a warrior spirit.





D01

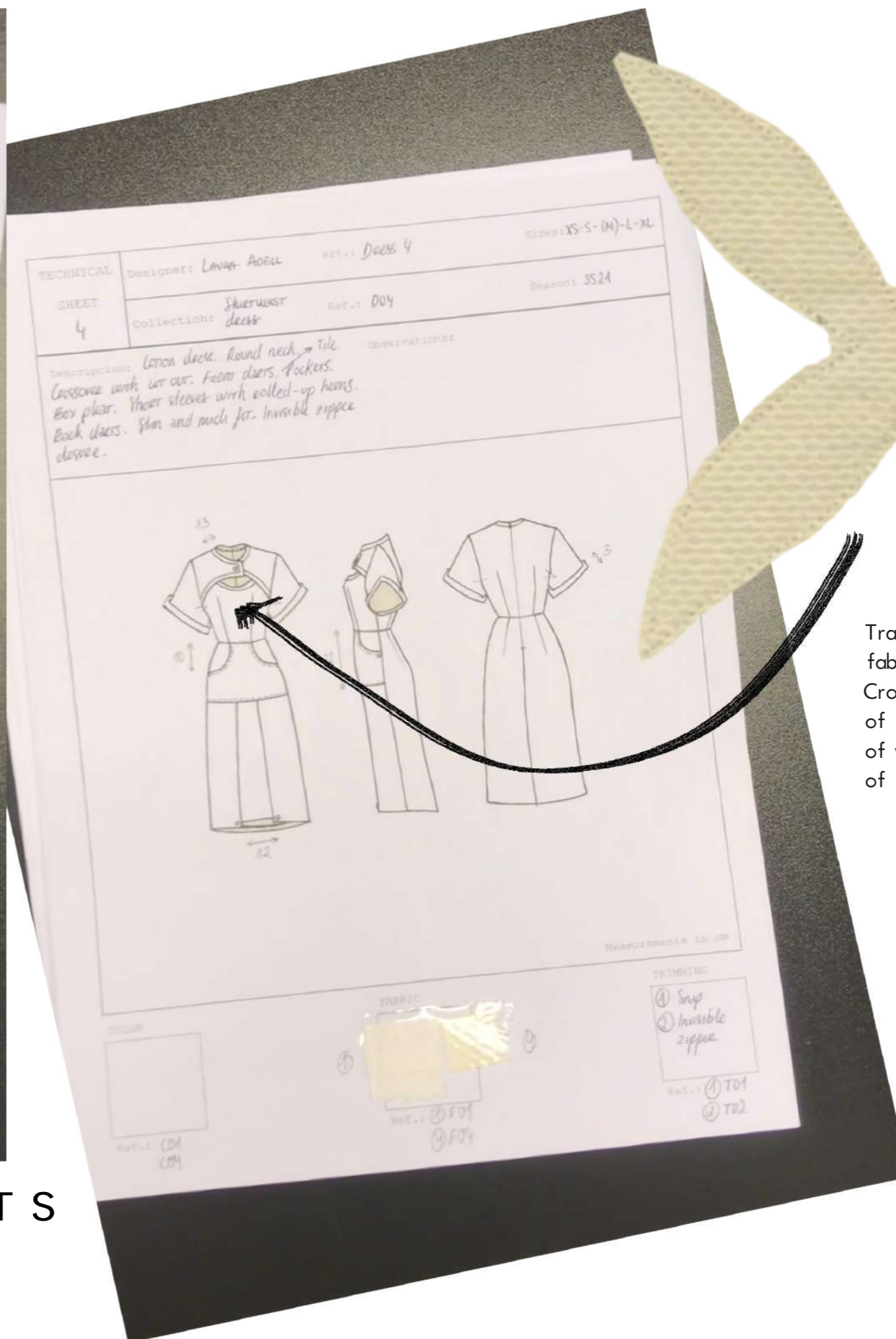
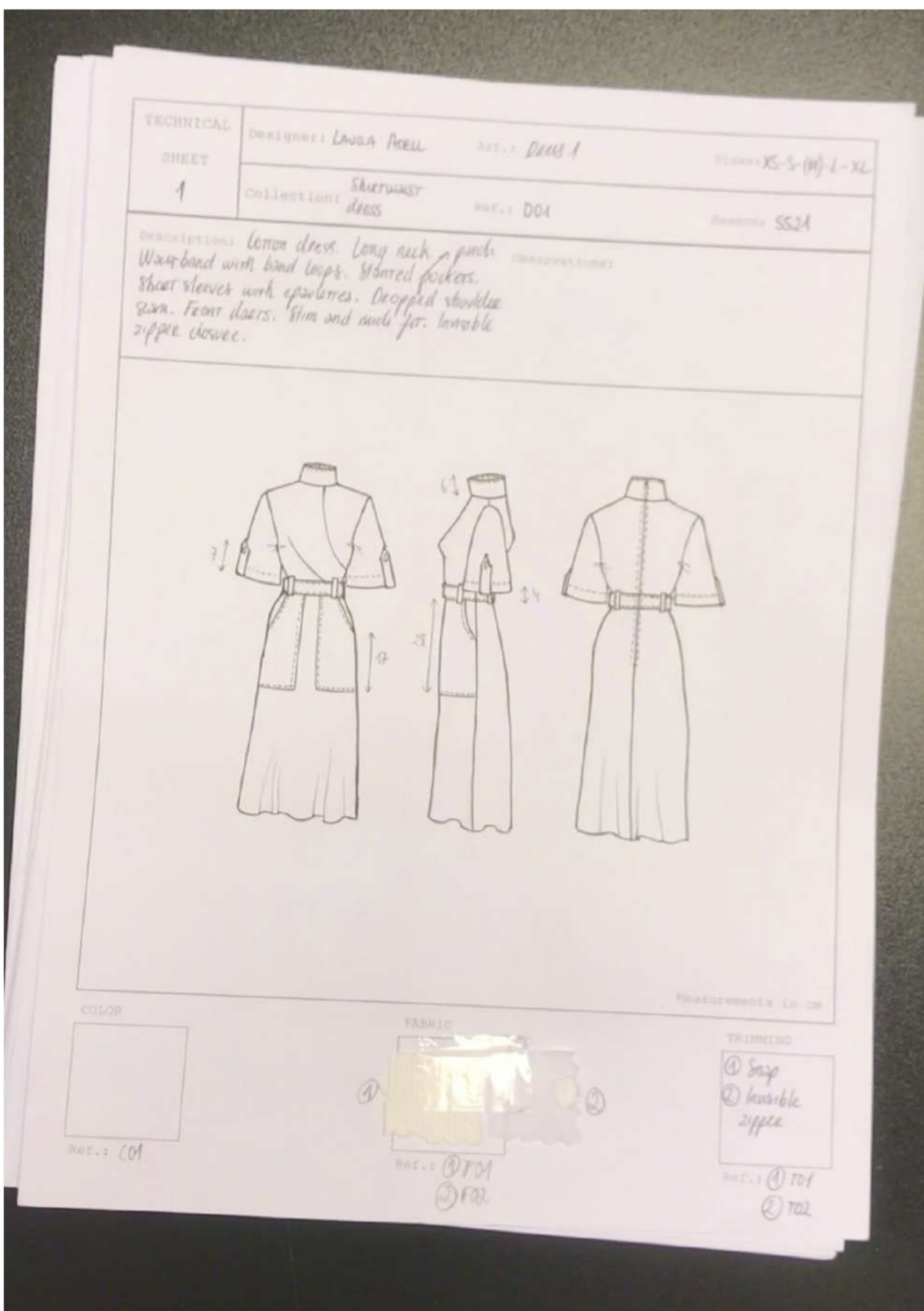
D03

D04

D07

D08

D15



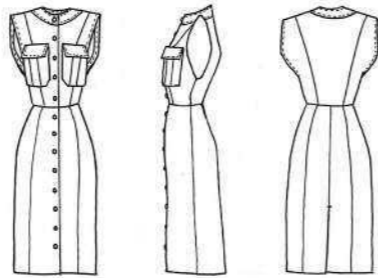
Trapunto technique as a fabric manipulation. Cross shape for the denial of the invisibility of women and as a symbol of a rebel flower.

TECHNICAL SHEETS
EXAMPLES

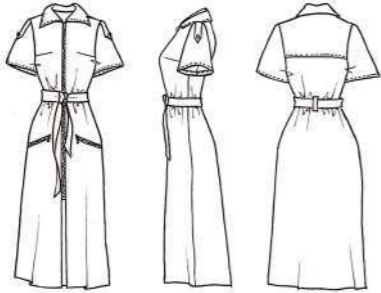
D01



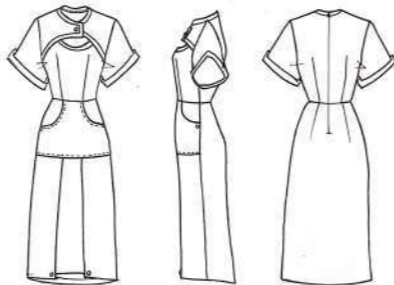
D02



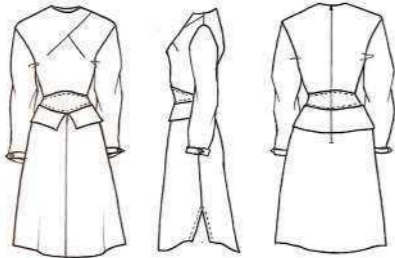
D03



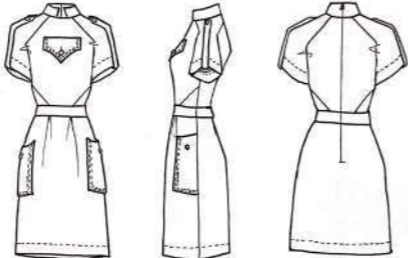
D04



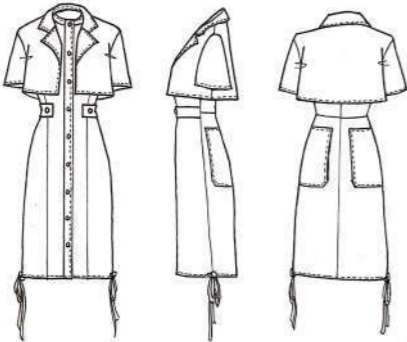
D05



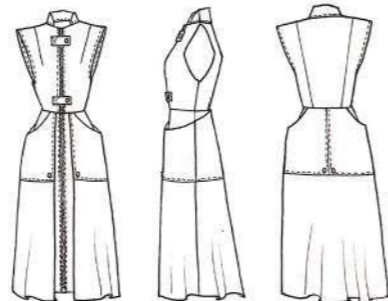
D06



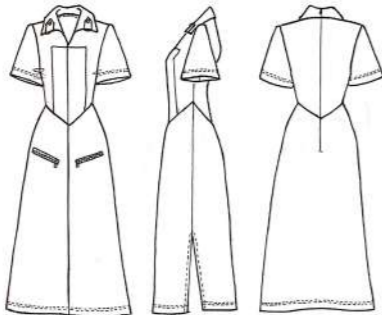
D07



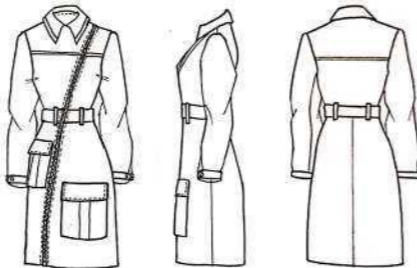
D08



D09

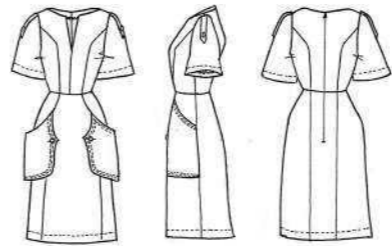


D10

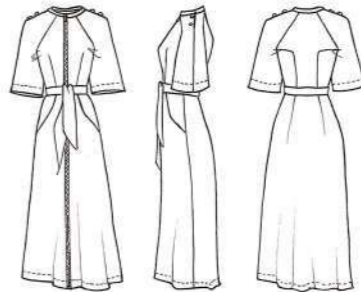


P
L
A
N
N
I
N
G

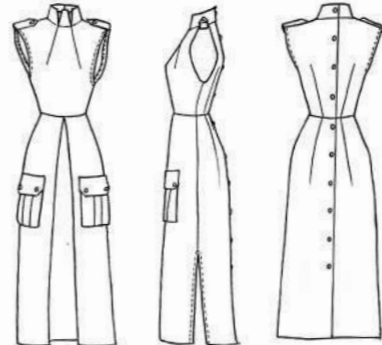
D11



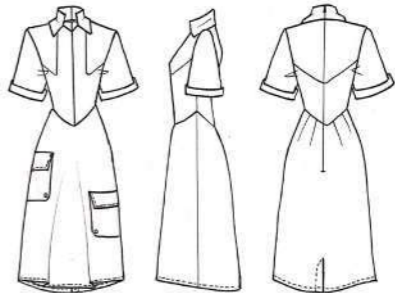
D12



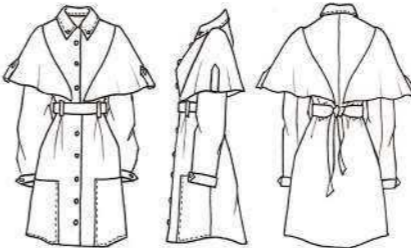
D13



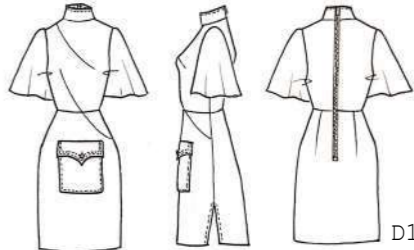
D14



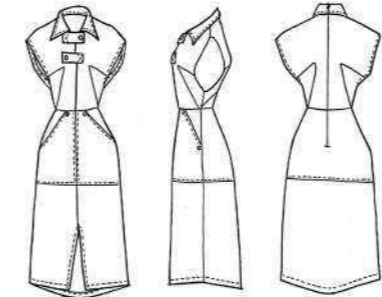
D15



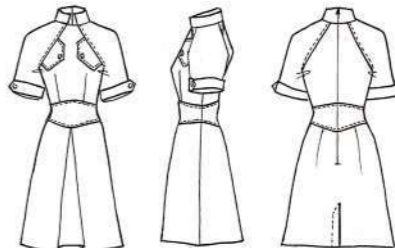
D16



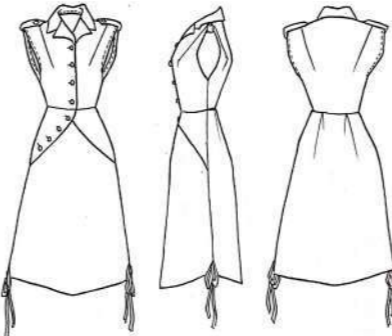
D17



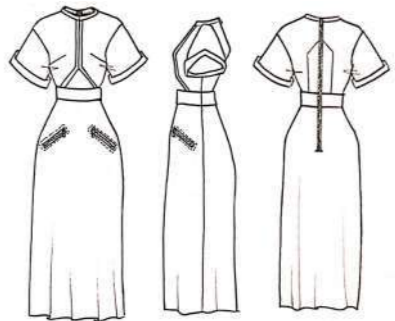
D18



D19



D20



Project 2

FASHION
DESIGN
PROJECTS

SUNNY AFTERNOON

Noble and synthetic fabrics; geometric and colorful prints; casual and sport garments, and intimate and leisure spaces in which those years are appreciated to this spring SS/21 collection is aimed.

On the one hand, I was inspired by the subculture of mods, originating in London in the 60s and highlighted by a philosophy of life that revolves around tailoring fashion, jazz music and the intellect, among other aspects. On the other hand, I focused on the sportswear aesthetic of the 80s, where it is filled with color and shapes as a result of a society in which the influence of music and entertainment was growing.

Sunny afternoon, a song from the mod scene (by The Kinks), reflects the mere concerns of some young people on a sunny summer afternoon. This collection represents, therefore, a current pre-adolescent group that has concerns in its own understanding and contribution in the future, as well as in its appearance, wrapped in a style with a retro air that does not forget its taste for the classic.





SS01
BE01

BL01
SH01
JO01

TR01
TS01
CT01

JE01
CM01


PO01
TRO01

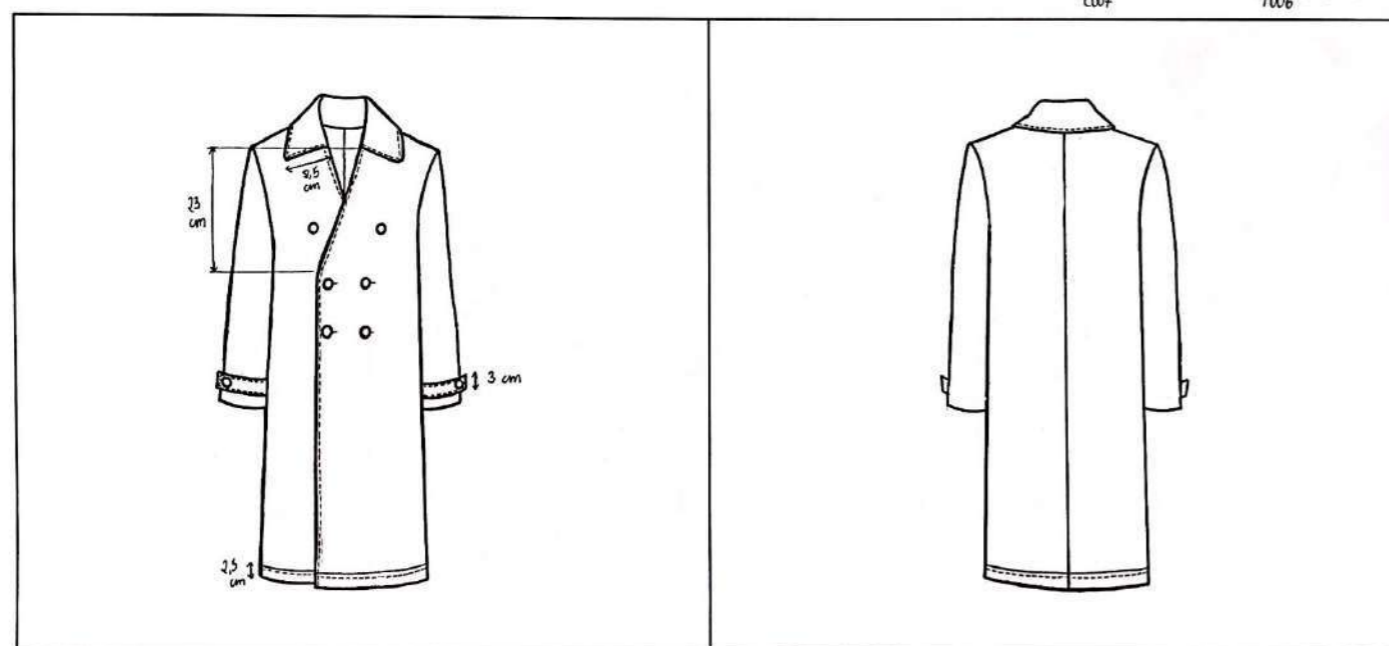
PV01
SH02
BE02

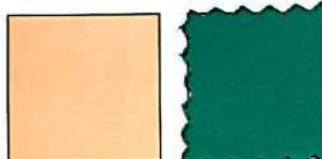


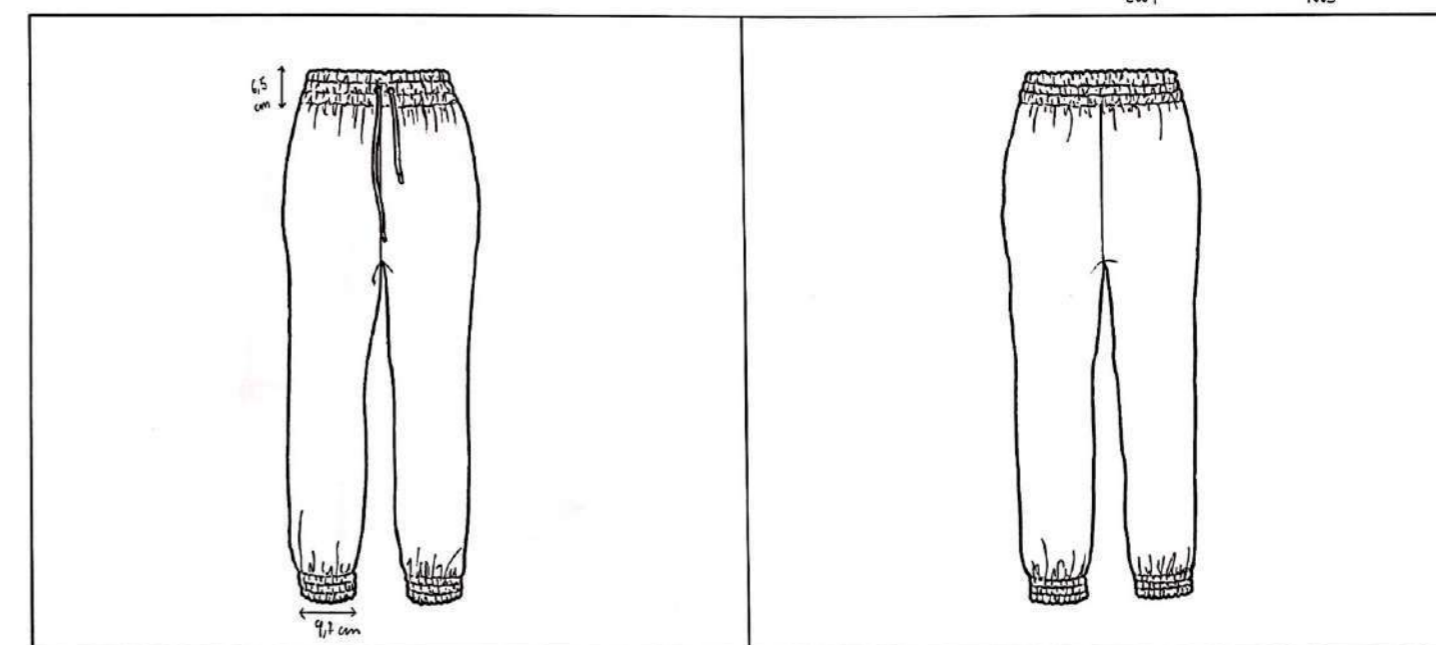
TECHNICAL SHEETS

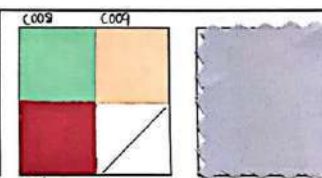
EXAMPLES

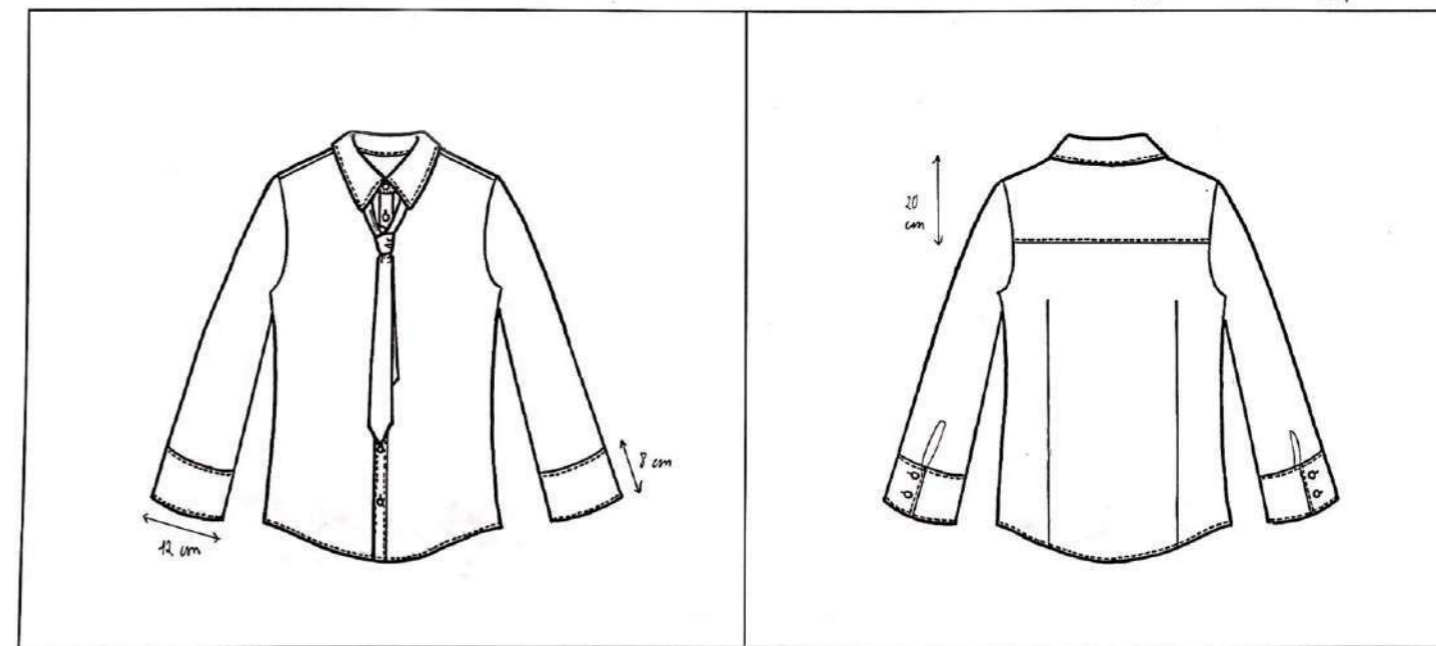
FICHA	Colección: Niño preadolescente	Prenda: Trench plástico	Tallas: S, M, L, XL
TÉCNICA 6	Temporada: SS 19	Referencia: TR01	Talla base: M
Descripción: Trench transparente. Cuello solapa. Escote en pico cruzado. Manga larga. Charretera y <i>snap</i> en los puños. Doble botonadura.		Fornituras: 6 botones planos metálicos y 2 <i>snap</i> s.	

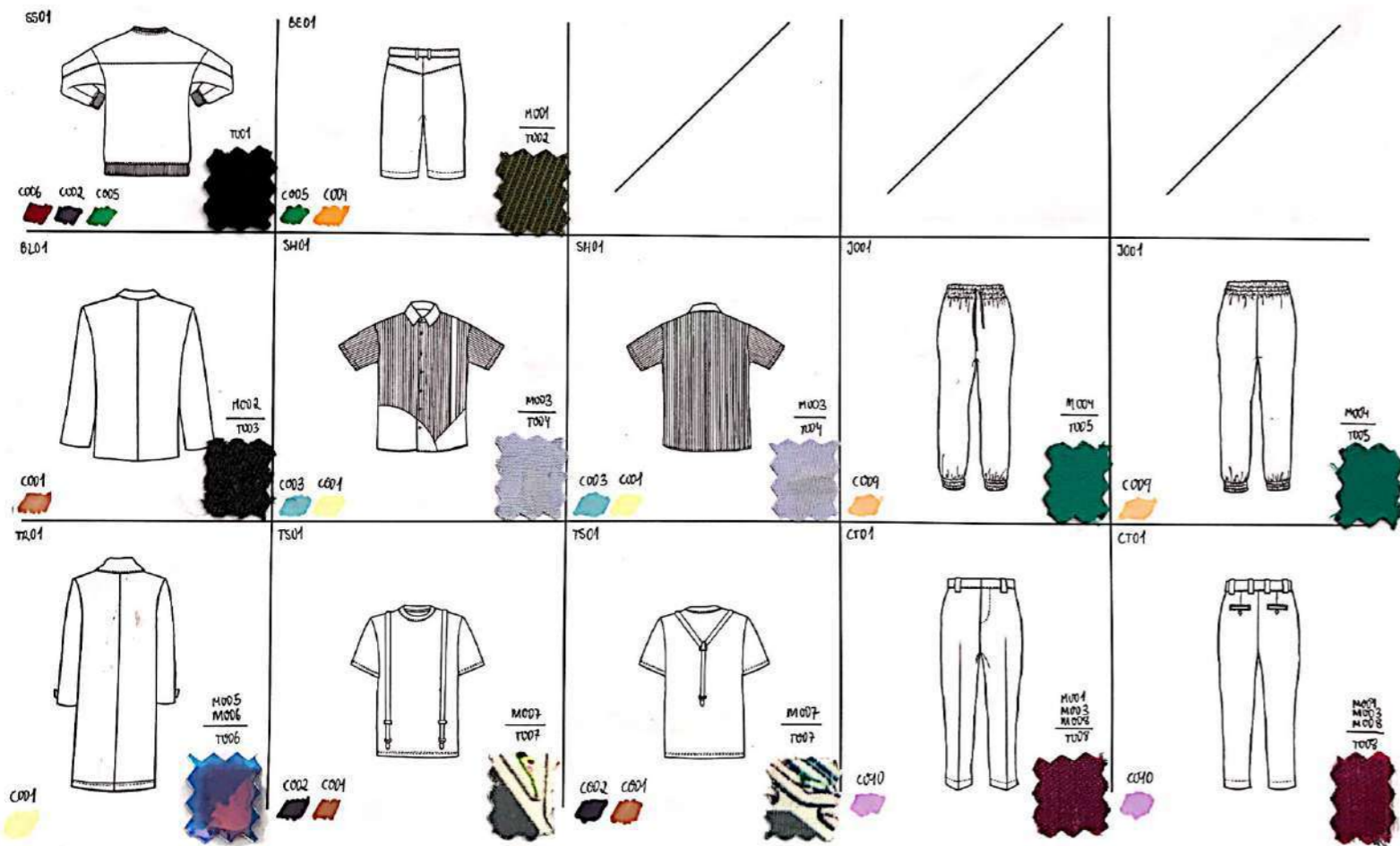


FICHA	Colección: Niño preadolescente	Prenda: Pantalón jogger	Tallas: S, M, L, XL
TÉCNICA 5	Temporada: SS 19	Referencia: JO01	Talla base: M
Descripción: Pantalón <i>jogger</i> . Largo en tobillo. Cintura alta elástica ajustable con cordón. Bajos elásticos. Bolsillos ocultos en el lateral. <i>Regular fit</i> .		Fornituras: 1 cordón redondo trenzado de algodón.	

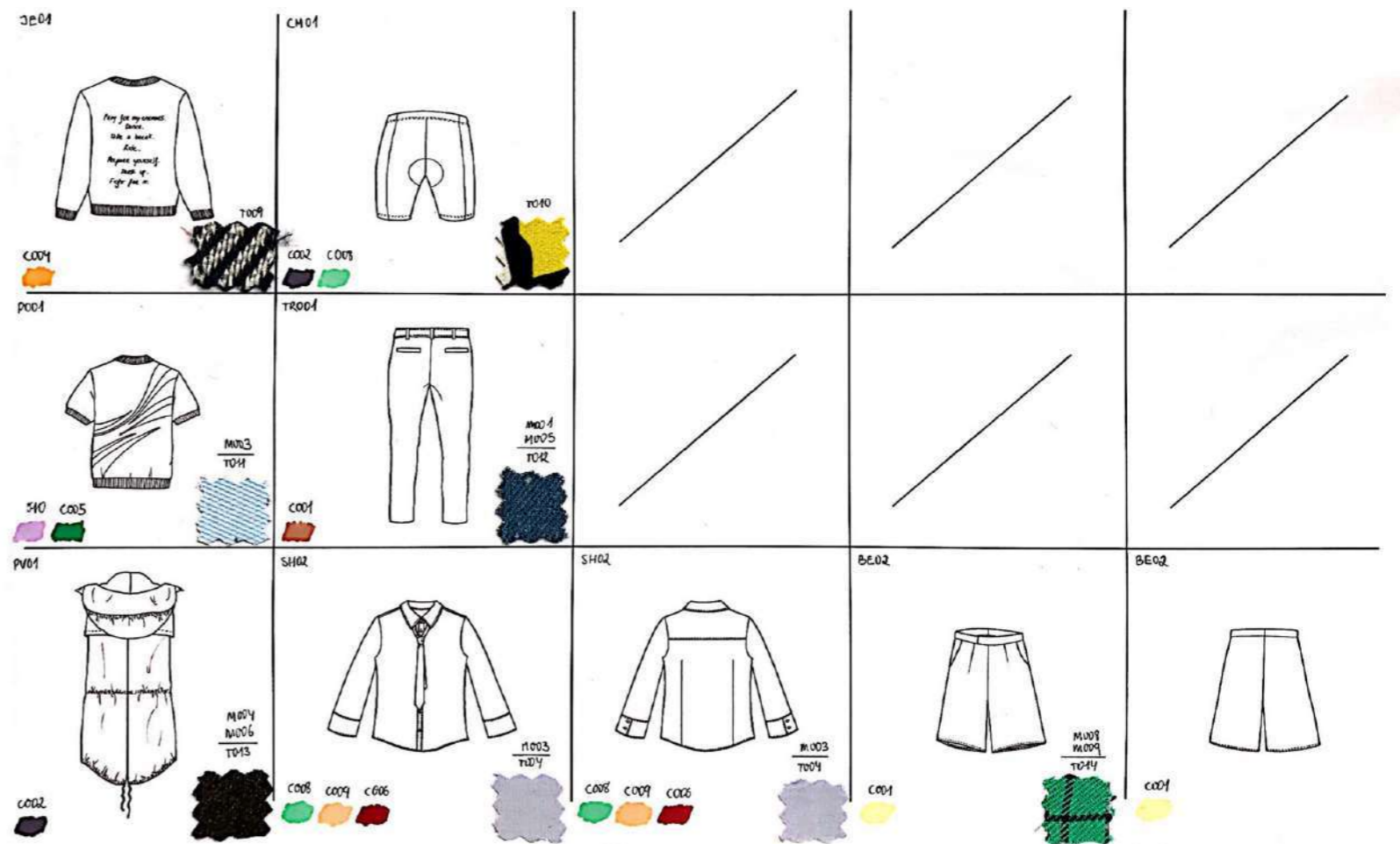


FICHA	Colección: Niño preadolescente	Prenda: Camisa corbata	Tallas: S, M, L, XL
TÉCNICA 14	Temporada: SS 19	Referencia: SH02	Talla base: M
Descripción: Camisa con corbata delgada cosida en el centro espalda bajo el cuello. Cuello camisero. Manga larga con diseño campana y puños abotonados. Botonadura simple. Canesú y pinzas de entalle en espalda. Bajos irregulares.		Fornituras: 11 botones de poliéster de cuatro agujeros.	





P L A N N I N G



Project 3

RECYCLED
PRODUCTS
WORKSHOP

Gold jewelry collection, based
in the repetition of springs as
accessories

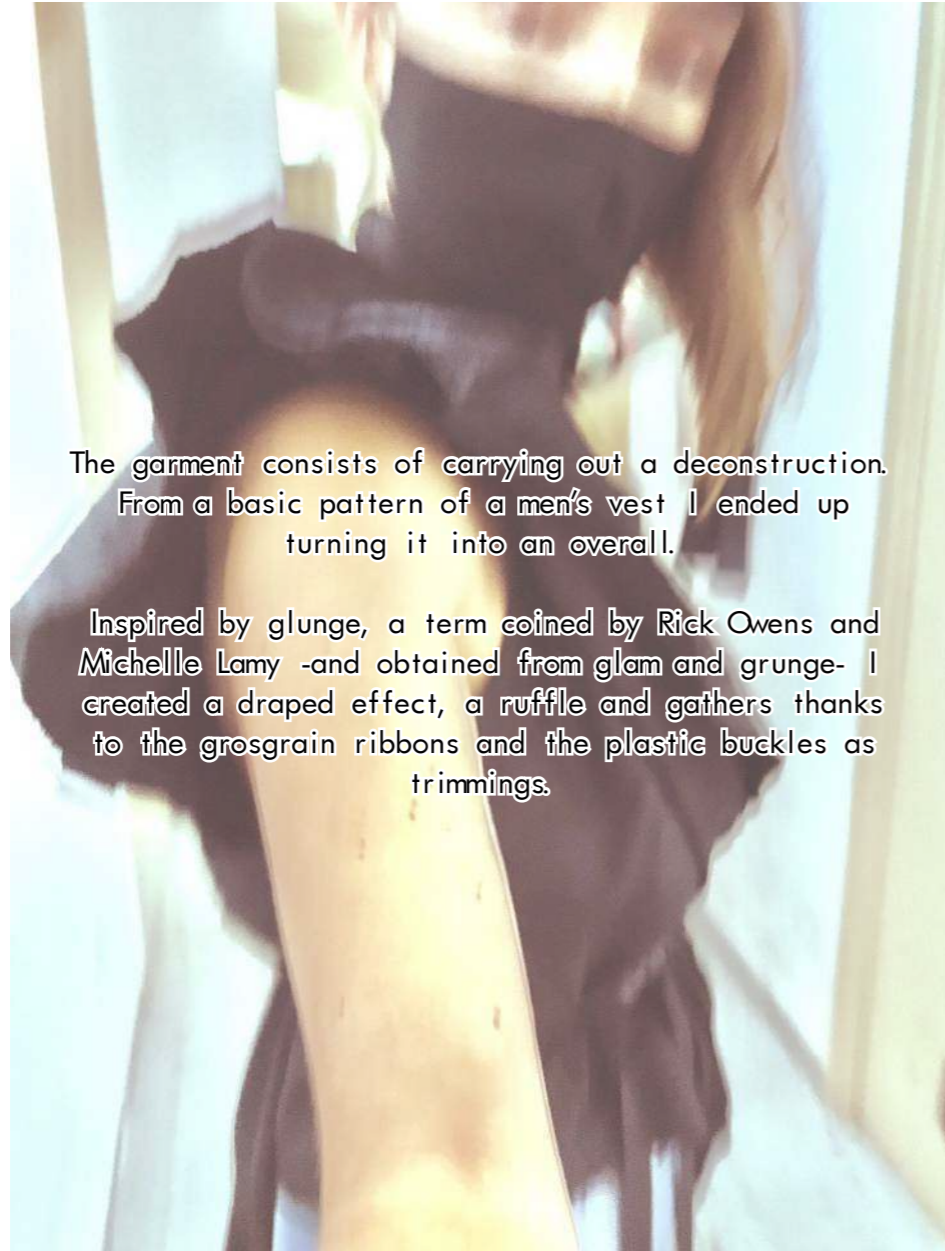






Project 4

STYLING
PROJECTS_
CREATIVITY



The garment consists of carrying out a deconstruction. From a basic pattern of a men's vest I ended up turning it into an overall.

Inspired by glunge, a term coined by Rick Owens and Michelle Lamy -and obtained from glam and grunge- I created a draped effect, a ruffle and gathers thanks to the grosgrain ribbons and the plastic buckles as trimmings.





Project 5

DESIGNERS AND
CONTEMPORARY
TRENDS

Research on an emerging fashion
brand.

Magazine for Odeur Studios,
founded by designers Petter
Hollström and Gorjan Lauseger.
Both based and raised in Stockholm
(Sweden).

Here there are only a few pages from
the original one.

Odeur Studios



Grey Wool Belted Suit AONE STUDIOS
Raincoat Hood around Neck STUTTERHEIM
Boots ODEUR

By: Laura Adell

Índice	
03. Introducción a la marca Odeur	
04. Biografía de los diseñadores	
07. Colecciones	
30. Colaboraciones	
32. Odeur Artefacts	
34. Opinión y conclusión final	
35. Webgrafía	


02

Introducción a la marca Odeur

Odeur fue fundada por Petter Hollström en Estocolmo en 2006, como un experimento de marca. Al reemplazar el logotipo tradicional basado en palabras por un aroma específico de marca que se infunde en las prendas, Odeur pudo convertirse en la etiqueta con un logotipo no visual. El aroma se describe como blanco, limpio y ligero. La forma triangular que se usa a menudo para marcar la colección representa la construcción del aroma, con una nota base, nota media y nota superior.

Las colecciones se desarrollan a partir de una amplia gama de inspiraciones. Los elementos incorporados están siempre presentes en nuestro directo entorno, incluidos arte musical, arte contemporáneo, cine y referencias arquitectónicas. ODEUR adopta tal interacción abierta a través de su enfoque unisexual y multidisciplinario hacia el diseño.

Hoy, Odeur fue diseñado por Petter Hollström y Gorjan Lauseger y se ha extendido a más de 20 países, vendiendo ropa, jeans, prendas de vestir exteriores, calzado y accesorios. Desde 2013, la nueva línea de difusión ODR y la línea de accesorios de calidad sin esfuerzo ODEUR ARTEFACTS, se han agregado al portafolio de marcas.



03



Biografía de los diseñadores

Petter Hollström, con un largo recorrido en el mundo textil y de la moda, se educó en Dirección de arte y Diseño en la escuela Berghs School of Communication, desde 2004 hasta dos años después. Durante un año, entre 2005 y 2006, fue Director de arte de R&A Communications. Años más tarde, en 2011, fue Director del curso y profesor en Berghs School of Communication, donde trabajó tres años. Desde 2006 se creó como Director de arte de OhlssonSmith, lo cual perdura hasta la actualidad. Del mismo año hasta ahora es Propietario, director de arte y diseñador de la Facade Art Direction & Design AB. Y por último, pero lo más importante, también desde 2006 hasta el día de hoy es Propietario y diseñador de la marca de moda Odeur. Toda su formación ha sido en Estocolmo, Suecia.

Gorjan Lauseger es un estilista de moda y publicidad con sede en Estocolmo, nacido y criado en Sarajevo en 1984. Con un título de mercadotecnia, se mudó a Nueva York y comenzó a trabajar como estilista independiente en 2008. Desde entonces, ha trabajado con revistas muy conocidas, así como algunas de las marcas, programas de televisión y artistas más famosos de Suecia. Su estilo es limpio, clásico y sofisticado, pero siempre con un ojo moderno.

DESDE LA WEB SCANDINAVIA STANDARD, EN UNA CITA CON EL DISEÑADOR PETTER HOLLSTRÖM

1 ¿CUANDO Y POR QUÉ EMPEZASTE TU LÍNEA?

Odeur fue originalmente un experimento de marca que comenzó en 2006. El concepto básico de la marca era investigar si el logotipo tradicional basado en palabras podía ser sustituido por un logotipo no visual en forma de aroma. Esta idea todavía se ejecuta profundamente en el ADN de Odeur. Nuestra visión de la moda es que es algo personal y es algo que desea conservar para usted. Eso es algo que no logrará al usar una determinada etiqueta.

2 ¿QUIÉN O QUÉ TE INSPIRA EN TUS DISEÑOS?

Cultura, arte, música, historia, otros diseñadores, ideas sobre el futuro y los eventos actuales en la sociedad. Es realmente una mezcla de todas las cosas. A veces es difícil determinar con exactitud de dónde proviene la inspiración. Es más un flujo de interpretaciones de todos los aportes que recibimos en nuestra vida cotidiana. Esto, así como los extensos diálogos que tenemos sobre nuestras colecciones y estética.

3 ¿QUÉ SIGNIFICA SER UN DISEÑADOR ESCANDINAVO PARA TI?

Suponemos que nos sitúa en un cierto marco de referencia, donde la gente podría decir que nuestra apariencia a menudo es minimalista. Si nos fijamos en los diseñadores escandinavos, en realidad hay una amplia gama de diseñadores que ofrecen expresiones interesantes y no siempre minimalistas, por lo que nos gustaría estar en desacuerdo. No estamos tan preocupados con de dónde somos; no es relevante para nosotros ODEUR es un enfoque universal para el diseño.

4 ¿CÓMO DEBERÍA SENTIRSE UNA PERSONA USANDO SU ROPA?

Sharp pero aún cómodo. Nos gusta ver a los individuos estilizar nuestras prendas a su manera. Esperamos que sientan la alegría de vestirse por la mañana y que nuestras prendas puedan inspirarlos de alguna manera.

5 ¿CÓMO TE DIFERENCIAS EN LA INDUSTRIA DE LA MODA ESCANDINAVA EN GENERAL?

Tenemos una idea, un concepto y una mirada que nos gustaría transmitir. Tratamos de ser honestos con nosotros mismos y nunca abrazar las tendencias de vista corta. Nos esforzamos por producir cosas que durarían por muchos años; nos gusta la idea de la moda lenta.

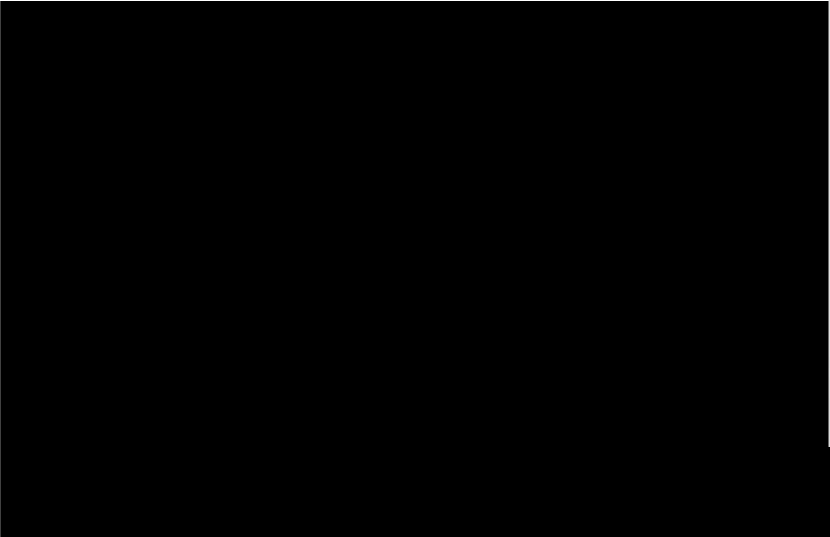
6 ¿QUE SIGUE PARA TU MARCA?

Estamos buscando completar la colección con accesorios (ARTEFACTS) como gafas de sol y nos gustaría hacer más zapatos en las próximas temporadas. Realmente nos gusta la idea de abrir nuestra primera concept store pronto. También estamos estudiando la posibilidad de llevar la colección a algunos mercados nuevos.



05







2 Black Cape STUTTERHEIM
2 Black Pants ACNE STUDIOS
ensemble CALIDA
re Boots ODEUR

Odeur Studios



Grey Hood Jacket from ACNE STUDIOS
Hooded and hooded from STUTTERHEIM
Boots ODEUR

By: Laura Adell

Project 6

DIGITAL
TECHNOLOGY



Research on a topic of our
interest.

Simulation of an existing magazine
about sneakers.

Here there are only a few pages from
the original one.









Project 7

FASHION
COMMUNICATION
AND JOURNALISM

Review of a recent fashion
show from Alexander
McQueen.

Alexander McQueen or how to reinvent once again

Certainly, if Sarah Burton has done it again is no casualty. The, also, British designer has launched the latest woman collection for autumn - winter 2020/2021 season; and the results are, as from the beginning, impeccable. Recognizing the extravagant and unpredictable style of the late McQueen was never an arduous task for his followers, but the fact of maintaining the essence of a brand is a duty that the aforementioned shows us better than anyone.

Structured blazers, fitted waists, asymmetrical cuts and ruffles were key features that hit this runway in Paris. Puffed sleeves and corolla skirts were also worn; die-cut and embroidery; prints and semi transparencies; although the ultimate role was taken by leather. It was applied to XL boots, to maxi bags, to harness belts and to tailoring and dresses, which gave these looks inspired by the land of Wales a very avant-garde look.

Another point that added value to the collection was the presence of some plus-size models. Well, who said that haute couture was only defended by slim bodies? In addition, the attitudes of all of them were firm and emanated a certain aura of mystery, since: between the jewelry -metalized and heavy- Gothic aesthetic (reminiscent of the main character of the 'Millennium' movie saga) and the red locks in her hair were enough reasons to endow them an indisputable rebellious spirit, whose seal of signature will remain unalterable over the years.

The color palette could not miss black and red, further emphasizing neo-romanticism that McQueen carries as a flag. That which is halfway between the new and the classical is a constant in his creations, and Burton is in charge of recreating them adapting to current trends. The final work shines with its own light.



I keep working everyday and doing more interesting projects, in order to acquire knowledge and grow as a designer.

THANK YOU.

