**La Vanguardia, 26/11/20**

# La firma barcelonesa Stone vuelve a sus orígenes

## La marca creada por Casilda Díaz de Bustamante se traslada la Cerdanya para crear una colección de prendas de gran calidad junto a la 'influencer' Miren Alós



La firma barcelonesa ha fotografiado la nueva campaña en la Cerdanya (Stone)

*Naturalité*, palabra en francés que hace referencia al carácter salvaje que caracteriza un entorno natural. Así se llama la **nueva colección de Stone**, la firma barcelonesa que conquistó con sus bufandas a las modelos Gisele Bündchen y Eugenia Silvia, entre otros rostros conocidos. La marca fundada por **Casilda Díaz de Bustamante** presenta una línea que supone **un punto y aparte** en la trayectoria de la empresa.

Siguiendo el concepto del *Slow Fashion*, la filosofía que apoya un consumo responsable de ropa con prendas **respetuosas con el medio ambiente**, la directora de la marca decidió hace unos meses abandonar la ciudad y **establecer su estudio y almacén en la Cerdanya**. Una oportunidad para pensar sin prisas las piezas que formarían parte de una colección que va más allá de sus icónicas bufandas de mohair.



La firma barcelonesa ha fotografiado su colección en la Cerdanya (Stone)

Como ella misma explica a *La Vanguardia.es*, este cambio es fruto de una **decisión familiar "meditada"** que tomó antes de la pandemia del coronavirus.

“Parece que hemos sido unos visionarios y que sabíamos lo que iba a pasar. Nos lo dicen nuestros amigos. Afortunadamente lo he podido compaginar con el desarrollo y funcionamiento de Stone. Y además, qué mejor lugar que la montaña para desarrollar una marca que nace con el propósito de ser sostenible, que utiliza materiales 100% naturales y que, entre sus valores, siempre ha estado muy presente **el amor por la naturaleza**”, afirma Díaz de Bustamante.

## Qué mejor lugar que la montaña para desarrollar una marca que nace con el propósito de ser sostenible, que utiliza materiales 100% naturales

Casilda Díaz de Bustamante Fundadora de Stone

La nueva sede de la empresa no tiene nada que ver con su antigua ubicación en Barcelona. La firma ha cambiado el **ruido del tráfico y el ritmo frenético** de vida de la capital por un entorno natural rodeado de montaña, con un silencio que rompe el mugido de las vacas que viven alrededor. “Gracias a las nuevas tecnologías, desde aquí puedo contactar con clientes, colaboradores, proveedores….La cadena de valor no se ha visto afectada. El repartidor que recoge los pedidos pasa cada día y **los paquetes tardan lo mismo** que antes en ser entregados”, señala.



Aspecto de la nueva sede de Stone en la Cerdanya (Stone)

Esa tranquilidad y paz que desprende la naturaleza ha dado la oportunidad a la fundadora de Stone de poder trabajar con calma su nueva colección de invierno 2020 junto a la **'influencer' Miren Alós**. "Es una línea muy especial

porque hemos contado con la colaboración de Miren, que tiene un **posicionamiento en las redes muy puro**, muy natural y muy en línea con nuestra filosofía. Una 'influencer' real", manifiesta la directora.



Miren Alós y Casilda Díaz de Bustamante trabajando en la nueva colección (Stone)

La firma ha optado por ampliar su colección de bufandas de mohair y lanzar nuevos diseños como **jerséis** con diferentes tipos de cuello y **gorros de cashmere**, fibra que Díaz de Bustamante conoció de primera mano en Mongolia. También han confeccionado unos **chaquetones de lana merino** que ya han captado la atención de sus clientes. "Juntas hemos diseñado cada prenda com muchísima ilusión. Los proyectos de Stone suelen tener un componente emocional muy alto, ya que en definitiva, nos enfocamos y le damos mucha importancia a las personas que hay detrás de ellos", dice Casilda.

La firma barcelonesa ha fotografiado la nueva campaña en la Cerdanya (Stone)

Unas **prendas atemporales**, de gran calidad, que tienen unos precios de **entre los 99,75 y los 355 euros**. La nueva colección se puede adquirir en su tienda online -esta semana ofrece un descuento del 25%-, así como en los diferentes puntos de venta físicos que tienen en **una decena de países** de todo el mundo.

Otro de los grandes logros de la marca barcelonesa este 2020 ha sido establecer un nuevo punto de venta en los **almacenes Harvey Nichols** de Londres. "Es un gran hito para nosotros, que buscamos siempre una **distribución cuidada y selectiva**", afirma.



Prenda de la colección 'Naturalité' de Stone (Stone)



Prenda de la colección 'Naturalité' de Stone (Stone)



Prenda de la colección 'Naturalité' de Stone (Stone)