

DOSSIER DE PREMSA



BARCELONA

F A S H I O N

— FW 15/16 —

Continguts

1. **Introducció 15a ed. 080**
 - a. **L'espai: Museu Marítim de Barcelona-Drassanes Reials**

2. **PASSAREL·LA 080**
 - a. **Dissenyadors**
 - b. **Marques**

3. **Premi Nacional de la Generalitat de Catalunya al Disseny Emergent 080
Barcelona Fashion**

4. **38a ed. ModaFAD**

Homenatge a Sita Murt

5. **ACTIVITATS PARAL·LELES**
 - a. ***Masterclass***
 - b. **Exposició "Starts on fashion"**
 - c. **Sessió fotogràfica en viu**
 - d. **Exposició "Fils de Complicitat"**
 - e. **Premi Dress Coke**
 - f. **Barcelona Fashion Summit**

6. **OPEN AREA (Area Oberta)**
 - a. **Village**
 - b. **080 Fashion Market**
 - c. **Photo Shoot Exhibition**

7. **Presència a xarxes socials**
8. **Patrocinadors i sponsors**

1.- Introducció: 15a edició del 080 Barcelona Fashion

Del 2 al 5 de febrer, el recinte del Museu Marítim de Barcelona-Drassanes Reials serà l'escenari de la nova edició del **080 Barcelona Fashion**, el certamen de moda que impulsa la Generalitat de Catalunya, mitjançant el Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM).

La voluntat del govern de la Generalitat es posar en valor dos importants actius: d'una banda, la tradició de la indústria tèxtil a Catalunya, i d'altra, el prestigi de Catalunya, i sobretot de la capital, Barcelona, com a pol de talent del disseny i de la moda. La 080 Barcelona Fashion posa en valor aquests dos importants actius amb una voluntat integradora que dona cabuda tant a grans multinacionals de la moda de casa nostra, com a firmes del sector tèxtil, dissenyadors independents i a creadors novells.

La importància del sector de la moda justifica plenament el suport de la Generalitat —a través del 080— als dissenyadors i marques catalanes o establertes a Catalunya. L'objectiu és consolidar Catalunya com a referent de la generació i projecció del disseny de moda, contribuir a la internacionalització i alhora a la relocalització de la producció tèxtil a Catalunya.

L'espai: Museu Marítim de Barcelona-Drassanes Reials

El Museu Marítim de Barcelona-Drassanes Reials és l'escenari escollit per a la propera edició del certamen. Com en anteriors edicions —a la passada va ser el Recinte Modernista de Sant Pau, i abans, el Born Centre Cultural—, s'ha triat un escenari carismàtic de Barcelona. El conjunt arquitectònic de les Drassanes Reials, un dels més representatius del gòtic civil català, acollirà tan la passarel·la del 080 com l'Open Area, on es duran a terme la majoria de les activitats paral·leles.

L'accés al 080 serà pel portal de la Pau, que donarà entrada a l'Open Area. La Nau de Drassanes acollirà el Village, un espai de més de 900 mts² on s'instal·laran els estands dels patrocinadors i sponsors, així com el 080 Fashion Market, amb les botigues efímeres (pop up stores) i els estands d'exhibició i comercialització de les escoles de moda, a més del set del 080TV Channel. La Sala Marquès de Comillas serà l'espai de la passarel·la. La sala de premsa estarà ubicada al costat de la sortida de la passarel·la.

2.- PASSAREL·LA 080

Durant 4 dies, la passarel·la 080 acollirà les desfilades d'un total de 33 dissenyadors i marques que mostraran les seves col·leccions per a la temporada tardor-hivern 2015/2016 en el marc de la 15a edició del certamen.

a. Dissenyadors

BRAIN&BEAST

Brain&Beast neix a Barcelona el 2010 de la mà dels dissenyadors Àngel Vilda, -que prèviament havia comercialitzat la seva pròpia marca-, César Olivar -amb una àmplia trajectòria en arts escèniques-, i Verónica Raposo, dissenyadora i antiga alumna de tots dos. Les seves peces es plantegen com a jocs, endevinalles i jeroglífics d'aparent senzillesa estructural, que responen a complexes equacions geomètriques, en les

quals color i matèria formen part d'uns codis on res no és aleatori. Així, la firma proposa conjunts de peces que combinen emoció i raó, amb forta influència de la cultura contemporània, sense oblidar grans dosis de sofisticació i de sentit de l'humor. Brain&Beast va guanyar el Premi 080 Barcelona Fashion a la Millor Col·lecció a l'edició de juliol de 2013.

Per a la propera tardor-hivern, Brain&Beast ofereix una nova part del seu decàleg creatiu. Sota el títol, *Décalogue, Part IX <MANIAC>. Winter 2015–2016*, els dissenyadors fan una crida a alliberar la bèstia interna, a assumir les pròpies pors com a exercici de superació de traumes i fòbies paralitzants. Els creadors prenen com a punt d'inspiració el concepte del psicoanàlisi 'Destrudo', encunyat per Edoardo Weiss i que fa referència a l'energia de l'impuls destructiu. El seu contrari és la libido o impuls per crear. Segons Freud, té el seu origen en la pulsio de mort o Tánatos, latent en tot ésser humà, sovint irrefrenable. Una educació basada a la cultura de la por ens genera ansietat, complex de culpa i necessitat de fugir.

CELIA VELA

Celia Vela debuta el 1996 a la Passarel·la Gaudí de Barcelona i des del 2010 participa a la 080 Barcelona Fashion. Des de 1998 té botiga pròpia a Figueres i les seves col·leccions es poden trobar també al Japó, país al qual viatja per primera vegada el 1999 i on actualment, compta amb un showroom propi.

A més de Barcelona i Tòquio, també ha presentat les seves col·leccions a París, al saló Atmosphère de la Setmana dels Creadors. Ha col·laborat amb Coty-Astor, ModaFAD, Barcelona Moda Centre, Dupont, el Cercle Tèxtil i Lucky Strike, entre d'altres. Des del 1998, ha rebut diversos premis, ha participat en exposicions i ha estat convidada en taules rodones i conferències sobre moda.

L'acompanya un equip de professionals units en la seva devoció per a la feminitat, la sofisticació, la cura dels detalls, els interiors de les peces, les passamaneries i els botons antics, els teixits més avançats tecnològicament o els *xantillís* realitzats a mà, la bona costura; una nova forma d'entendre i dissenyar exclusivitat. Com és habitual, la creadora ens emplaça a descobrir les seves propostes per a la tardor-hivern 2015/16 directament sobre la passarel·la, en una col·lecció que sempre pren com a punt de partida una vivència personal, una història.

EDGAR CARRASCAL

Dissenyador nascut a Barranquilla, al nord de Colòmbia. Carrascal compta amb una sòlida formació: ha estudiat moda al Fashion Institute of Technology (FIT) de Manhattan, a la Colegiatura Colombiana de Medellín, i compta amb un màster en màrqueting i comunicació de moda de l'Institut Europeu del Disseny de Barcelona. La seva experiència en diferents escenaris i països li ha aportat flexibilitat i desimboltura per adaptar-me sense problemes als diferents tipus d'activitats i assumir noves metodologies de treball.

Carrascal compta amb la seva pròpia firma de moda, tasca que compatibilitza amb la col·laboració amb empreses, marques i creadors, per buscar ser sempre vigent, amb una visió renovada del mercat. El creador confessa la seva passió per emfatitzar en els detalls i donar un tractament poètic al guarda-roba masculí, sense perdre d'essència del propi ésser. Ha treballat i col·laborat amb marques com Diesel, Levi's, Esprit, Swarovski, Citrique Heart, Prógono, Loewe, entre d'altres.

La seva proposta per a la propera tardor-hivern és la col·lecció “Blue Rose”. Segons les seves pròpies paraules, Carrascal afronta les seves col·leccions “*prenent com a punt de partida l'estat d'ànim al qual m'enfronto*”. Per a aquesta col·lecció, s'inspira en els sentiments contraposats davant de dues ciutats importants a la seva vida, Medellín i Barcelona. Aquesta col·lecció es basa en la interacció de l'home actual amb el seu cos i amb l'arquitectura humana. Tenint en compte els 4 pilars importants que articulen el meu procés de disseny (actualitat, tendències, poètica i masculinitat), ha concebut una proposta de poètica urbana, que té com a eix de tota la col·lecció la camisa, una peça fonamental de la marca.

El creador retorna al concepte d'*unseason* i aplica materials de qualitat, com el clàssic cotó *ginza*. Fa un gir als referents de la camiseria masculina clàssica i crea una proposta compacta i coherent. Els materials d'aquesta col·lecció són cotó, poliamida, llanes fredes i materials no convencionals, com la placa de poliestirè, que porten a crear textures com filigranes i pètals. Altres textures són els prisats en camises de popelín elàstica i flors retallades a mà, que s'entrellacen amb espigues formades per línies agudes i serrells de seda que envolten el cos. “Blue Rose” es tenyeix de blancs, negres i blaus, acompanyats d'accents daurats i platejats.

GEORGINA VENDRELL

Georgina Vendrell va néixer a Barcelona el 1983. Va estudiar a l'Institut Català de la Moda i va realitzar pràctiques amb Josep Font Haute Couture. Va debutar a ModaFAD el 2007, on va presentar la seva primera col·lecció d'home, que va guanyar el premi a la millor col·lecció. Aquest guardó, li va permetre ser present a la següent edició i crear la seva pròpia marca, Georgina Vendrell Menswear.

La dissenyadora ha participat a l'Ego Cibeles Madrid Fashion Week, a la 080 Barcelona Fashion, a la Islàndia Fashion Week i a la València Fashion Week, on també va guanyar el premi al millor dissenyador. Després d'un temps allunyada de les passarel·les, el seu retorn va ser a la 080, a l'edició tardor-hivern 14-15, amb la col·lecció “Dualism” per la qual va rebre la menció especial del jurat. I uns mesos més tard, va tornar a presentar, a la 080, la seva col·lecció d'estiu 2015, “Eclectic”.

En la propera edició de la 080, Vendrell presenta la col·lecció “Darklight”, que s'inspira en el futurisme i en allò conceptual. En la llum i en la foscor, en la nit i en la ciutat. Una nova visió contemporània i avantguardista. Un somni de ciència-ficció. Un estil androgin, minimalista i futurista. Hi apareixen materials tecnològics i texturats. Un ús antagònic dels teixits. Gergues, punt, llanes i pell sintètica. Blancs i grisos contrasten sobre el negre com a protagonista. Sastreria urbana, clàssics reinventats, acabats tecnològics i textures futuristes.

ISOMÈTRIC

Isometric és el projecte creatiu compartit pels dissenyadors Joan Ros Garrofé i Jessica Montes Bonito. Es coneixen treballant a Martín Lamothe. Ell ha estat dissenyador de la línia d'home i d'estampats des del 2012, i ella assistenta de disseny. Joan Ros també és graduat en disseny de moda amb matrícula d'honor per Bau, Centre Universitari de Disseny, el 2014, i finalista als premis ModaFAD del mateix any. Montes és estilista per l'IDEP i finalista del concurs Photo Shoot Contest 2014.

Isomètric proposa per a la propera tardor-hivern la col·lecció “Psique”. Aquesta col·lecció es presenta com una declaració de principis de la marca. El concepte de tota la col·lecció es pot englobar amb la idea de la psique, la ment. Les primeres línies de la col·lecció se sustenten en els conceptes més bàsics que va exposar Sigmund

Freud. Una vegada hem accedit a tot allò intern, la col·lecció se centra en els traumes. Per això han utilitzat referents com Alfred Hitchcock o Luis Buñuel, cineastes les pel·lícules dels quals se centren en aspectes interns, personals i íntims dels protagonistes. En la part final, la col·lecció se centra en els somnis, i fa servir com a referent la imatge que comparteixen Hitchcock, Buñuel i Dalí: l'ull.

JOSEP ABRIL

Neix a Barcelona l'any 1962. Va iniciar la seva formació estudiant Belles Arts, que posteriorment va completar amb estudis de disseny de moda a l'Escola d'Arts i Tècniques de la Moda (EATM) de Barcelona. Al 1996 crea la seva firma, Josep Abril, i des de 2003 presenta les seves creacions en les passarel·les de Barcelona i Madrid.

Actualment, es comercialitza a través de showrooms i de botigues multimarca. Del 2003 al 2009, és director creatiu de la col·lecció "Armand Basi One Home", que al 2007 presenta a la Setmana de la Moda de Paris. L'any 2006 neix el projecte "Bespoke" de sastreria a mida. El 2007 forma l'Abril Studio, un estudi de creació de conceptes i de projectes de moda. Llança la línia "Uniformed By", d'uniformitat de disseny. Crea vestuaris per a espectacles, per a teatre i per a òpera. Imparteix classes i workshops a diverses escoles de disseny (IED, ESDi, Elisava i Felicidad Duce). Exerceix de consultor extern i de director d'art.

El 1991 guanya el primer Premi Gaudí per a nous dissenyadors. L'any 2004 rep el Premi GQ al millor dissenyador d'home nacional. El 2008 rep el Premi "Barcelona és Moda" al millor professional. El 2014, realitza el vestuari per a l'òpera "Fliegende Holländer" - La Fura dels Baus / Àlex Ollé- a l'Òpera de Lió, i rep el premi a la millor col·lecció tardor/hivern 2014-15 durant l'edició de gener del 2014 de la 080 Barcelona Fashion. Abril proposa per a la propera tardor-hivern 2015/2016 la col·lecció "Ghosts".

JUSTICIA RUANO

Justicia Ruano és una companyia creada l'any 2009 a Barcelona. Després d'una llarga trajectòria en el món del disseny —dins de grans marques—, la seva directora creativa, Justicia Ruano, ha volgut reinventar, amb la seva particular visió, el luxe i la feminitat actuals. L'acurada selecció dels materials, les teles, els patrons i tot el procés de cada peça, fan que Justicia Ruano sigui una marca en què el detall i la qualitat són part de la seva identitat. Amb cada proposta i amb cada disseny es reflecteixen les diferents formes de veure la moda femenina a cada etapa i es creen col·leccions veritablement intemporals.

Especialitzada en el prêt-à-porter, mostra en cada col·lecció peces per a ocasions i moments especials. Això s'aconsegueix amb la utilització de multitud de materials com sedes, crepès, *chiffon*, xantillís, cuir, pell, o brodats a mà, que fan possible confeccionar un "total look" de tendència. És una marca totalment cosmopolita i entén que "la seva dona actual" es troba a tot arreu. Actualment, té presència a diversos països com França, Japó, el Líban, Kuwait, i ciutats com Taiwan i Nova York.

Sota el títol "Ethno-Glam", Ruano proposa una col·lecció per a la propera tardor-hivern basada en teixits naturals, com el cotó, la llana i la seda, combinats amb teixits innovadors, com els cuirs tractats i els neoprens. Utilitza estructures i gràfics geomètrics amb pinzellades ètniques i textures rústiques, que es tornen exuberants amb les sedes

KRIZIA ROBUSTELLA

Krizia Robustella és una firma de moda autodefinida com a “*Sport Deluxe*”, que pren com a referència les peces esportives de les últimes dècades per crear un univers propi, en què la comoditat es fon amb el luxe. I el luxe es transforma en formes i teixits fins ara relegats a l'escala de la informalitat.

Robustella proposa per a la tardor-hivern 2015/2016 la col·lecció “*Sickly Sweet Bears*”. La creadora pren com a punt de partida creatiu la coneguda imatge dels “óssos amorosos” que han marcat una generació. Apel·lant a aquest referent infantil, la creadora ha decidit jugar amb ells per estampar-los en la seva última col·lecció tardor-hivern 2015-2016. Estampats de mida XXL, peces *oversize*, neoprè, encoixinats, pèl... *a priori* amb una temàtica infantil i cursi, però a la qual Robustella afegeix l'aire de gàngsta *hip-hoper* que la caracteritza. Tampoc no hi poden faltar les gorres, les cadenes, les canelleres i les vambes Reebok.

LEBOR GABALA

Lebor Gabala és el projecte professional de Maite Muñoz, que va aprendre l'ofici a través de pioners de la indústria de la moda d'aquest país, com Pedro Morago, Rap Diffusion o Mila i Tucho Balado. Després d'uns anys a Eivissa, on va dissenyar les seves primeres col·leccions de moda *Adlib*, va decidir instal·lar-se a Barcelona i posar en marxa un somni.

Un nom preciós i sonor va ser la seva primera declaració de principis. És la traducció de *Leabhar Ghabhála Erenn*, un conjunt de manuscrits gaèlics del segle XI que expliquen -amb una barreja d'història, mitologia, llegendes i folklore- la fundació d'Irlanda a través dels temps. La fantasia de les històries i el fet que Irlanda estigui tan unida a la tradició llanera, van fer que decidís adoptar la fonètica del títol, que en castellà es pronuncia *Lebor Gabala*. Tot i que va néixer com a firma especialitzada en punt, poc a poc va anar introduint teixits de seda i de cotó, brodats i estampats, amb l'objectiu d'arrodonir una proposta de *look* total.

Per a la tardor-hivern 2015/2016, Lebor Gabala presenta la col·lecció “Els extrems s'atrauen”. Enfrontant idees i materials es crea una nova harmonia a còpia d'unir extrems oposats. Ambient *hippy* i estampats psicodèlics, a vegades pixelats. Siluetes que recreen els seixanta, encara que amb teixits texturats i tecnològics, molt del segle XXI. Faldilles i vestits o molt curts o molt llargs. Jerseis de vetes gruixudes, voluminosos, es porten amb peces de gasa lleugera i vaporosa. El punt gruixut declina una paleta de tons foscos, hivernals. El punt fi hi posa la nota de color. Peces urbanes amb acabats rústics, envellits, suaus, tenyits a la peça. Són artesanals. La seda es barreja amb allò esportiu. Una col·lecció de contrastos que es mou entre conceptes antagònics.

MANUEL BOLAÑO

Manuel Bolaño va néixer a Barcelona però es va criar a Galícia. El 2002 torna a Barcelona i el 2007 es gradua a l'Escola Superior de Disseny i Moda Felicidad Duce. Guanya el premi a la millor col·lecció de la seva promoció al Bread & Butter Barcelona. Participa a la Pasarela Abierta de Múrcia i guanya premis als concursos de Joves Creadors de Madrid, al Festival Noovo de Santiago de Compostel·la i és seleccionat per participar en el Projecte Bressol de la Generalitat de Catalunya.

Des del 2008 presenta les seves col·leccions al 080 Barcelona Fashion i ha guanyat el premi a la millor col·lecció femenina en dues ocasions: Estiu 2011, amb “Algo de mí”, i Estiu 2012, amb “Como reparar un corazón roto”.

Sota el títol “Palomo Cojo”, Bolaño presenta la col·lecció per a la propera tardor-hivern. Com és habitual en el creador, parteix d'una premissa poètica. En aquesta ocasió, introdueix la seves propostes per a dona amb un suggerent i enigmàtic text: “*dives es l'est envoltades de pols d'estrelles, ídols de fang i de paper, marginades per la societat, buscant aquí, buscant allà...Mons de seda i de cartró s'agiten en els seus somnis, llums, Càmera, acció... Qui us ha vist i qui us veu? Vivint encadenades a un vell escenari, convertint-vos en una pols bruta i grisa. Qui us ho havia de dir?*”

MENCHÉN TOMÁS

El tàndem de creador de la firma —Olga Ronquillo Menchén i Francesc Grau Tomàs— es van conèixer a l'Escola d'Arts i Tècniques de la Moda de Barcelona l'any 1988. En finalitzar els estudis i després d'haver adquirit experiència treballant com a dissenyadors per a altres firmes del sector, funden el 1995 la seva pròpia marca.

A través de ModaFAD, entren en contacte amb el Saló Gaudí, on presenten les seves primeres col·leccions a passarel·la. Des del 1995 fins al 2001, el seu producte es distribueix a diversos punts de venda arreu del món (Bèlgica, l'Aràbia Saudita, el Japó...). El 1997 obren la seva primera botiga a Barcelona i el juliol del 2002 n'obren una altra al barri del Born. El març del 2006 inauguren una altra botiga a Sevilla. Tots els productes Menchén Tomàs es fabriquen íntegrament a Catalunya, per tal de garantir la màxima qualitat en acabats i en disseny.

Menchén Tomás presenta per a la tardor-hivern 2015/2016 la col·lecció “Passions”. L'essència de l'art està composta per dues forces complementàries: la dionisiaca i l'apol·línia. Les peces que componen la col·lecció es presenten íntimes i silencioses, com en la seva font d'inspiració: la sèrie de videocreacions *The passions*, de l'artista Bill Viola. En aquesta obra, l'artista retrata fidelment els estats emocionals, els canvis en els sentiments i els pensaments. En la col·lecció, els colors densos i les textures dels teixits estableixen un llenguatge bàsic per formular el dolor, l'angoixa, la incertesa, el record o la sorpresa.

Els grocs, amb l'efecte del clarobscur de les formes, es tornen ocre; els vermells descriuen sang; els blaus i els verds aporten fredor i, l'exuberància, l'aporta el negre. Les combinacions de colors i de textures, com en la tragèdia dionisiaca, busquen interpel·lar i atraure l'espectador cap a un món de passions. Velluts de seda, draps de llana o mohers contrasten amb la mussolina estampada amb motius de natures mortes. Sastreria estructurada i volums teatrals. Formes oposades (com les dues forces de l'art), allargades i estretes o amples i envoltants.

MIQUEL SUAY

Dissenyador valencià, nascut a Xàtiva. Estudia disseny de moda, dret i direcció d'empreses. Va créixer en un ambient familiar molt artístic, sempre vinculat al món de la moda. El 1999 obre el seu *atelier* a València i el 2005 llança la seva pròpia marca, amb una visió molt clara i transformadora de la forma de vestir masculina, en què aposta per un *prêt-à-porter* d'avantguarda.

Entre els seus èxits es troba haver participat en les principals passarel·les d'Espanya (València Fashion Week, Madrid Cibeles i 080 Barcelona) i en esdeveniments i passarel·les rellevants a escala internacional (Soho de Nova York, Düsseldorf, París, Milà i Chic Pequín). Tot això s'ha reflectit en revistes tan reconegudes com *Vogue*, *Collezioni Uomo*, *DT*, *Man*, *FHM*, *Squire* i *Neo2*, entre d'altres. Estilistes i *celebrities* sol·liciten els seus *looks* per a gales, editorials i diversos esdeveniments de referència. Té presència en més de 300 botigues multimarca, repartides en 14 països.

Sota el títol 'Ucronia', el creador proposa mostrar un temps que "mai no va ser però que podria haver estat". El passat és el punt de partida i el lloc des d'on imaginar escenaris i històries alternatives a les ocorregudes realment. D'aquest concepte, *Ucronia*, parteix la nova proposta de formes geomètriques. Conviuen, en una mateixa peça, formes simètriques, amb superposició de peces i plecs; formes que recorden objectes d'inspiració retrofuturista. Un entusiasme per les imatges del futur, però basades en el passat, principalment en aquelles que es van elaborar a mitjans del segle XX, ambientades en la ciència ficció.

MIRIAM PONSÀ

Miriam Ponsa és diplomada en disseny de moda per la Universitat de Southampton (RU) i s'ha especialitzat en disseny i en tècniques de punt, a Igualada. Té el taller a Manresa, al mateix espai on la seva rebesàvia, l'any 1886, va fundar una fàbrica tèxtil dedicada a la producció de les betes de les espadnyes. El procés artesanal defineix la seva obra, amb tècniques poc utilitzades actualment, com el brodat a mà, la tapisseria, la cistelleria i el macramé. La seva és una trajectòria vital i apassionada. No segueix tendències, sinó que crea col·leccions independents, que defineix com a *roba d'autor*. Les seves col·leccions estan rebent nombrosos reconeixements. El darrer d'una llarga llista és el premi a "Dones mula" com a millor col·lecció de la Passarel·la 080 Primavera-Estiu 2015, atorgat per la Generalitat de Catalunya.

Ponsa presentarà a la passarel·la del 080 la col·lecció "L'Exili". En aquesta ocasió, la creadora s'inspira en l'exili al que es va veure forçades més de 470.000 persones a l'hivern de 1939, un cop finalitzada la guerra civil espanyola. Aquesta col·lecció vol retre homenatge a tots aquests exiliats i exiliades. L'aflicció i el patiment d'un viatge forçat són l'essència de l'imaginari de la col·lecció.

La superposició de capes recorda les mantes que portaven durant el viatge. Es treballen les formes *oversize* per tal de poder portar moltes altres peces a sota. Els volums exagerats, aconseguits a través de teixits de llana, simbolitzen la càrrega dels exiliats que fugen de la guerra i de la dictadura. La tècnica del punt tricatat és un dels eixos centrals de la col·lecció. Es combina amb llana, s'enfeltra amb seda, es manipula amb làtex i es broda amb llana metxa. Simbolitza l'escalfor de la llar i la terra que s'abandona.

La defensa enfront la violència es representa a través de peces molt estructurades que recorden les armadures del passat. Es treballen amb cinta elàstica molt ampla i cintes de cotó i de llana. Els nens i nenes exiliats acostumaven a portar una identificació que s'ha volgut reinterpretar a la col·lecció. Es treballa la combinació de peces clàssiques i pràctiques en una mateixa peça per tal d'aconseguir la funcionalitat necessària durant el trajecte. Els petos s'inspiren en els originals durant aquest període. Les maletes, com a símbol del viatge, d'una nova vida i de canvi, són molt presents a la col·lecció. Es treballen teixits de llana 100%, llana i seda, cotó i llana. Pèl tricot llana i moher. La

investigació amb làtex sobre llana també té un paper rellevant i permet aconseguir l'aspecte antic i usat desitjat. Predominen els colors apagats, com el gris, el caqui i el negre. Colors que evocuen la malenconia i el patiment.

NATALIE CAPELL

Als carrers vells de Barcelona, hi ha un *atelier* secret, on des de 2002 Natalie Capell crea, juntament amb el seu equip, les seves peces. Des de la creació del seu primer vestit, als 14 anys, Natalie Capell es dedica a crear peces femenines d'excepció, com a forma de la seva expressió.

La marca combina alhora força i femineïtat, confort i elegància, i reflecteix la manera única de ser de cada dona. Després d'anys d'experiència i investigació les peces de la dissenyadora destaquen per jugar amb les transparències i els brodats a mà. El resultat d'aquest procés únic, fa que la majoria dels vestits tinguin un valor equiparable a les joies i així, és com són catalogats.

La *boutique*, ubicada al Born, és un espai íntim, darrere del qual s'amaga el taller, que recorda els *ateliers* de principis de segle a París, el secret dels quals es transmet a través del boca-orella. Capell ha estat guanyadora del Premi Nacional d'Artesania el 2013. Peces de la seva col·lecció "Vent.." formen part de l'exposició *Dream Weavers* a Tel Aviv, on 16 dissenyadors de reconeixement internacional exposen les seves obres.

Sota el títol "*Terra...*", Capell ens presenta la seva col·lecció per a la tardor-hivern 2015/2016. La creadora parteix de la premissa que la bellesa sorgeix de la forma de ser. La postura, la presència, el pes, el caminar sobre la terra... Les coses que portem sobre del cos, les coses que passen al llarg de la nostra existència, les creences, les pors, les idees... tot ens forma. Com una escultura africana de vudú envoltada amb teixits i coberta de creences; les coses que portem a sobre dissenyen la nostra postura, els nostres gestos... formen el nostre pes. "Terra" és una col·lecció de peces d'hivern, fulards i jaquetes. Punts de viscosa, cotó i llana sobre les nostres siluetes làngüides.

OSCARLEON

Oscar Leon és llicenciat en patronatge, disseny, estilisme i en assessoria d'imatge integral. Crea la seva primera col·lecció l'any 1996. Des de llavors no ha deixat de crear per a la seva pròpia marca, tasca que ha compaginat amb el disseny de col·leccions per a altres empreses. Ha presentat els seus treballs a la Passarel·la Gaudí i a la Passarel·la 080 Barcelona Fashion i ha estat present a *showrooms* internacionals d'alt nivell. El 2005 va crear el projecte "Trash Lifestyle".

Actualment, treballa com a autònom per a diverses marques de moda i compagina aquesta feina amb la docència. Les col·leccions d'Oscarleon es caracteritzen per la seva enorme identitat i la seva elaboració complexa.

El creador presenta la col·lecció "*Enfants troubleurs w-15/16*". Oscarleon se centra en els trastorns psicològics. El dissenyador parteix de les malalties mentals enteses com a alteracions dels processos cognitius i afectius del desenvolupament, considerades com a anormals respecte al grup social de referència del qual prové l'individu. Es pot tractar d'alteracions en el raonament, en el comportament, en la facultat de reconèixer la realitat o d'adaptar-se a les condicions de la vida.

PAGÈ

Gerard Angulo i Paula Canales són els noms que hi ha darrera de la firma Pagè. Angulo és estilista i director d'Art. Va fundar HORSE. Es va traslladar a Mèxic per exercir d'editor de moda de *Marie Claire*. Va convertir la publicació en una de les més influents de la indústria. Ha col·laborat amb *Vogue*, *Elle*, *Glamour*, *Harper's Bazaar*... Ha produït portades i editorials amb Irina Shayk, Cindy Crawford, Nicole Richie, Behati Prinsloo, Sara Sampaio, Kendall Jenner, Olivia Palermo, Andrés Velencoso, i Jon Kortajarena, entre d'altres. De la seva banda, Paulina Canales fa 10 anys es va endinsar en el mitjà editorial, en revistes d'Editorial Televisa, la més gran d'Amèrica. Va ser editora de *Marie Claire* a Mèxic. Actualment és l'editora de *Cosmopolitan*. Ha entrevistat personalitats com Michael Kors, Olivia Palermo o Charlize Theron.

Les propostes de la firma per a la tardor-hivern 2015/16 es recullen a la col·lecció "*Frog me a kiss*". La col·lecció es compon de vestits asimètrics, talls i transparències, així com de vestits d'home de sastre i esmòquings, que es combinen amb peces *street wear*, com samarretes i dessuadores. A tot això, s'hi sumen vestits vaporosos, confeccionats amb gases transparents, i una línia d'accessoris. Els distintius són els *prints* i els brodats—alguns amb pedreria, realitzats per mans artesanes— que els dissenyadors han creat amb la finalitat d'omplir d'intensitat, diversió i llum tant les peces com els accessoris que conformen la col·lecció.

PABLO ERROZ

Pablo Erroz és una marca de moda "*ready to wear*" per a l'home i per a la dona, fundada el 2010 pel dissenyador que dóna nom a la firma. La marca es defineix per l'ús de materials de primera qualitat, així com per una gran atenció als detalls i un sentit del gust refinat, que barreja conceptes clàssics i modernitat. Ofereix un producte creat en la seva totalitat a Espanya. Des dels seus inicis, la marca ha estat present a diferents passarel·les, com la València Fashion Week, la Mercedes-Benz Fashion Week de Madrid, la Viena Fashion Week (convidat per l'Ambaixada espanyola) i, recentment, la 080 Barcelona Fashion Week.

Pablo Erroz ha estat guardonat amb diferents premis al llarg de la seva trajectòria, entre els quals en destaquen alguns, com el Premi Onda Cero 2014 al disseny. Aquell mateix any també va obtenir el premi del Barcelona Designers Collective, comissariat per Georgina Chapman (fundadora de Marchesa) i el prestigiós crític de moda Colin McDowell. Compta també amb un gran nombre d'aparicions a la premsa destacada del sector, tant nacional com internacional. Actualment, des del seu estudi de disseny, Pablo Erroz col·labora activament amb altres marques nacionals i internacionals.

NOSTALGIC–A/W 2015-2016 és la proposta unisex per a la propera temporada tardor-hivern de Pablo Erroz. Basa els seus teixits principals en materials rústics i càlids, com llanes 100% en diferents gammes i textures, cotons, draps, napes i pèl. Juga amb estampats sobre llanes, amb tècniques que van des del *bottonato* en diferents tons sobre un mateix teixit fins a la reinterpretació d'estampats clàssics. Composta per una gamma de colors de tons blau marí (*navy*), marrons, terra, grisos, blanc gel i groc.

El punt d'inspiració explica la història d'un viatge, el moment d'emigració americà dels anys 20, després del Crack del 29, a països com Alemanya, que dota la col·lecció d'una imatge d'home dandi i de dona elegant i sofisticada, a la recerca d'un nou rumb,

deixant enrere la nostàlgia i trepitjant amb força, traslladant aquest moment cap a una imatge actual i contemporània. Els accessoris, com els patinets de cuir (article de "viatge" del carrer transformat en una peça sofisticada) donen el punt de contrast a la col·lecció.

RITA ROW

Rita Row la formen dues meitats. Rita Row sembla americana, però és mediterrània. Rita Row crea les seves pròpies col·leccions i les produeix en tallers 100% locals. Rita Row estima allò que fa, escolta música tot el dia i li agraden les petites coses de la vida. Rita Row té una història darrere de cada peça.

La firma presenta per a la propera tardor-hivern la col·lecció WOW (Widows of Woodland) (Vídies del bosc). La inspiració de la col·lecció parteix del retir de dues vídues als boscos de Noruega. Les dues protagonistes vesteixen la indumentària de tota la vida, i el tartà és el seu uniforme.

SITA MURT

La personalitat de la dissenyadora Sita Murt, malauradament desapareguda fa només un parell mesos, romandrà per sempre a l'esperit de la firma. Atenta a allò que passava al seu voltant, qualsevol detall podia ser l'origen d'una nova col·lecció. La seva personalitat inquieta sabia interpretar les tendències i adaptar-les al seu estil. Els seus dissenys eren i són petits homenatges a aquella dona incansable que atén mil coses a la vegada i per la qual Sita Murt sentia un enorme respecte.

La nova col·lecció de Sita Murt "AW 15-16", s'inicia des de la dicotomia entre la delicadesa i les línies estrictes. Teixits dolços i fluids contrasten amb d'altres més estructurats i marcadament gràfics. Tot és un joc entre aquests dos conceptes: volums i matèries, on el punt es treballa entre mohers d'alpaques i llanes molt primes i irregulars, es barregen amb teixits nets i funcionals on els quadres són els protagonistes. La idea cromàtica és com d'un jardí d'hivern, un cru *melange* és la llum per una gamma de tons naturals, com el caqui i els torrats i pinzellades de color amb un maduixa empolsat i un elèctric blau.

TCN

Totón Comella va néixer a Arenys de Mar (Barcelona) a la dècada dels seixanta en el si d'una família dedicada al tèxtil. Des de la infància interessada pel món de la moda, els seus primers records se situen a Saint Tropez, on la seva família tenia una botiga i ella estiuejava. Formada en interiorisme i belles arts, al 1984 la dissenyadora crea una revolucionària col·lecció de vestits de bany i aposta per un nou teixit, la *lycra-cotó*, inèdit fins al moment. Els elements que van definir les seves primeres col·leccions de roba de bany -la comoditat i la senzillesa-, segueixen presents encara avui en les seves peces. Des de 1987 la firma està present en les millors botigues del món, sent una referència avui dia ja en el món sencer pel seu estil shaby chic.

Les propostes de TCN per la propera tardor-hivern es fonamenten en la barreja com a essència. En aquest cas, la utilització de colors secundaris, com l'ocre, els blaus i els verds. S'identifiquen tres paletes de color diferents, però a la vegada complementàries i totalment combinables entre elles. Qualsevol dibuix TCN té un toc de gris, ja que això

és el que ajuda a fer que la peça sigui fàcilment combinable amb tot. Els estampats són més aviat falsos llisos, sempre subtils i molt poc estridents.

Una vegada més, la seda és un teixit *best-seller* de TCN. Resulta una companya de viatge ideal per al punt i en general per a bruses i camisoles, que en alguns casos són estampades i en altres casos es confeccionen al revés per aportar major suavitat a la pell. Els vestits de seda i els jerseis amb patronatges especials donen una reblada de clau més als clàssics tricots hivernals. Tricots de caixmir per a unes capes, que per la seva qualitat, suavitat i colorit, són una de les peces estrella de la temporada, ja que són el “sobretot” perfecte per a qualsevol seda. O el tricor *soft*, que, en combinar-se, aquesta vegada, amb pell, converteix una simple armilla de punt en una solapa ideal per a abrics.

Les peces d'abric, com jaquetes i abrics fets de llana o de feltre, han suposat un camp sobre el qual idear nous i creatius patrons que abundin en les obertures laterals, sota costures que travessen la peça en la seva part inferior. Així mateix, les jaquetes i els abrics de doble *face* tenen uns maxicolls que, en cordar-los i donar-los la volta, confereixen a la jaqueta un aire de peça campera, però a la vegada idònia per a qualsevol moment. En la llenceria, la blonda tintada en *tinto freddo* és la màxima revelació; peces que semblen rescatades d'un bagul màgic, on els *culottes*, els sostenidors i els *minishorts* cobren vida per ells mateixos.

TXELL MIRAS

Txell Miras, nascuda a Matadepera, es va llicenciar en Belles Arts per la Universitat de Barcelona i va realitzar la seva primera exposició d'obra gràfica a la galeria Belles Arts de Sabadell. Compta amb marca pròpia des del 2004, i des de 2003, treballa per a la línia femenina de Neil Barrett. Al 2005 va rebre el Premi Lancôme al millor dissenyador jove de la Passarel·la Gaudí. Un any més tard, va rebre el Premi “Barcelona és moda” a la millor professional del sector. Al 2007, queda finalista dels Margo Fashion Awards “El Botó” i finalista del concurs Gen Art New York Fashion Awards. Al 2008 és inclosa al llibre *100 new fashion designers* (Ed. Laurence King) i un any després, queda finalista de la LICC (London International Creative Competition). Al 2010, va ser convidada al On/Off de la London Fashion Week.

Miras proposa per a la tardor-hivern 2015/2016 la col·lecció “Angles”. Un exercici que reivindica la puresa de la forma. Les tres dimensions que sorgeixen de les dues dimensions del patrons. Buscar l'essència esculpint amb cartrons des d'un esquema que fa les funcions d'esquelet. D'aquesta base neixen els fonaments d'unes mesures que esdevenen matemàtica. Entitats estàtiques en moviment mitjançant articulacions. La mecànica de l'inert cap a la robòtica. Un viatge retrofuturista. Combinació de materials tècnics i de materials nobles naturals. Els colors de la col·lecció són el blanc, el gris, el cartró, el bordeus i el negre.

WHO

Laia Roca va crear la marca WHO l'any 2000. Prové d'una família amb una llarga tradició en el món del tèxtil i, ja des de petita, li va ser fàcil descobrir que la moda seria el seu motor de vida. Les col·leccions de WHO són fàcilment identificables, dins del seu estil, pels detalls, volums i teixits, que sempre segueixen una línia personal estructurada i sòbria. WHO ha estat present a fires com Gaudí i CIRCUIT (Barcelona) Cibeles (Madrid), White, (Milà) i Who's Next (París), així com des de 2012 a la passarel·la 080 Barcelona Fashion.

La proposta de Who per a la tardor-hivern 2015/2016 és la col·lecció 'ReWorks'. La dissenyadora revisa estructures i patrons clàssics amb teixits innovadors. Barreja de sastreria i modernitat. El color de la col·lecció és el negre combinat amb la gamma de vins i roses empolsats.

b. Marques

ALDOMARTINS

Núria Bisbal neix a Igualada, ciutat de llarga tradició tèxtil. Des de ben petita demostra aptituds pel dibuix i creix influenciada pel disseny del gènere de punt gràcies al seu pare, fundador de la marca Aldomartins. Es forma a Barcelona, a l'Escola d'Arts i Tècniques de la Moda, i obté el títol universitari BA Honors Fashion Design per la Universitat de Southampton. L'any 1997 s'incorpora a l'empresa familiar i lidera, fins a l'actualitat, l'àmbit creatiu de la marca.

Les propostes de la firma per a la propera tardor-hivern es concreten en la col·lecció "*Passió per l'hivern*" (*Winter Passion*). L'herència i la història dels esports alpins d'època i els contes populars d'hivern inspiren aquesta col·lecció. Fórmules antigues que s'actualitzen cap a un nou romanticisme modern i apropen al carrer l'estil *après-ski*. La roba interior masculina que s'utilitzava com a peces esportives, per la falta de teixits més tècnics, inspira els dissenys, hi aporta volums i reinterpreta les formes, fusionant i sobreposant peces. Un estil rústic i aventurer, unit a l'esperit Aldomartins. Una barreja de dibuixos, de jacquards i de colors, que aporta eclecticisme i atemporalitat.

BÓBOLI

Bóboli té el seu origen a l'empresa Star Textil, fundada el 1981. El 1984 es crea la marca Bóboli, dedicada al disseny i a la comercialització de moda infantil. A partir del 1990 inicia la seva activitat internacional. L'aposta pel *retail* té lloc a partir de l'any 2000, amb l'objectiu de posicionar la marca com a capdavantera dins del mercat de la moda infantil. Bóboli ofereix col·leccions en què la intensitat de color, els estampats i el tractament innovador dels teixits són els principals protagonistes. Color, moda, disseny i qualitat són la targeta de presentació de la marca, una col·lecció completa que cobreix totes les necessitats dels nens i les nenes (de 0 mesos a 16 anys). Avui dia, Bóboli és present a més de 1.500 punts de venda en més de 50 països i, a l'estat espanyol compta amb 50 botigues exclusives.

Amb la col·lecció "Make a wish" de Bóboli, la passarel·la del 080 s'omple d'il·lusió. Colors sobris en blanc i negre, però amb tocs brillants de coure, omplen la passarel·la d'estrelles i de somnis, amb un aire romàntic i somniador. La nova col·lecció incorpora una gran varietat de teixits, rics i càlids. Per a les nenes, incorpora alguns tocs de color rosa. Per als nens, el verd dona una mica de llum a una col·lecció urbana i moderna.

CND by CÓNDOR

Cóndor és una firma catalana de llarga tradició, fundada al 1898 i que és tot un referent en calceteria. Des de fa 7 anys, presenta col·leccions "*look total*" en moda infantil per a nens i nenes de 0 a 12 anys. D'estil inconfusible, elegant i tradicional, amb gran personalitat i varietat de colors, Cóndor és una marca compromesa amb el benestar i la comoditat dels nens.

Les seves col·leccions estan dissenyades i fabricades a Barcelona. Actualment, té 5 botigues pròpies i 2 franquícies, treballa amb més de 3.000 clients multimarca a Espanya, i té com a principals mercats exteriors la Unió Europea, Rússia, els Estats Units, l'Amèrica Central i del Sud, el Japó i la Unió dels Emirats Àrabs.

Per a la temporada tardor-hivern 2015-2016 la firma proposa la col·lecció “*Chocolat by cnd Barcelona*”. L'aroma de la xocolata ens retorna a la infantesa. Les nenes i els nens sempre es recullen al voltant d'una tassa de xocolata calenta als matins o a les tardes fredes d'hivern. Moments dolços per compartir. Els marrons xocolata, el blanc trencat de la nata, els colors dels caramels, dels bombons, dels toffees, combinats amb roses salmonats, amb tocs de blau intens, amb el gel i amb el rosa pols. També els vermells robí, hivernals i elegants i, com per fer festa, els metàl·lics suaus.

Els teixits, majoritàriament de llana, amb barreges de colors i texturats com a jacquards, per als abrics, les capes i els grans fulards. El cotó per als vestits, amb flocats i estampats. Disseny de vestits i complements amb cremalleres vistes i un toc de plomes en colls i butxaques. Segueix l'aposta pel neoprè i la pell. Metàl·lics en argent i daurat, amb combinacions de teixidura per als complements.

CUSTO BARCELONA

Custo Barcelona va ser creada a principis dels anys 80 pels germans Dalmau, Custo i David, després d'un llarg viatge que els va portar arreu del món. En el seu camí, els hi va cridar poderosament l'atenció l'estil de Califòrnia, expressat en el *look* dels surfistes que vivien al sud de l'estat, així com en l'element psicodèlic de la part nord. La innovadora moda plena de color que van trobar-hi els va impressionar, especialment un estil de samarretes que no existia a Espanya en aquella època.

Amb aquests elements com a punt de partida, la marca es va llançar amb el nom de Custo Line. Els germans Dalmau van començar a treballar les tècniques d'impressió i els seus acabats, amb una especial atenció pel disseny gràfic. Amb el temps, la investigació en l'ús del color i els estampats es va convertir en innovació, audàcia i sofisticació. Actualment, Custo Barcelona existeix com un estil en ell mateix, que en certa manera suggereix una forma concreta de veure la vida. Una manera de veure la vida que s'expressa en col·leccions per a l'home, per a la dona, amb dues línies — Custo Barcelona i Custo Line—, i Custo Growing, la proposta per a nens i nenes d'entre 4 i 14 anys.

En el marc de la passarel·la 080, Custo Barcelona presentarà una “primera mirada” de la col·lecció tardor-hivern 15/16 per a home i dona.

DESIGUAL

Desigual neix el 1984 i des dels seus inicis s'ha caracteritzat pels seus dissenys diferenciats, optimistes i plens de color. “*La vida es chula*”, lema de la marca, és una veritable declaració d'intencions que explica la raó de ser de Desigual; una manera de pensar marcada per l'esperit mediterrani, el sol, la llum, la passió i les ganes de viure. Una filosofia vital que es reflecteix en una manera de vestir divertida, fresca i original.

Actualment, Desigual és present arreu del món, amb més de 400 botigues de venda al detall arreu del món, 11.000 botigues multimarca i 2.500 còrnors en grans magatzems de 109 països, i compta amb una plantilla formada per 4.200 persones de 90 nacionalitats diferents. Desigual va vendre durant l'any 2013 més de 28 milions de peces, a través dels seus diversos canals de venda a tot el món.

ESCORPION

Fundada el 1929, Escorpion va revolucionar la roba de punt i va reinventar una dona lliure, femenina i amb actitud. Fins al dia d'avui, l'equip creatiu ha sabut barrejar, amb exquisidesa i contemporaneïtat, el segell de la casa amb les tendències marcades per la moda aconseguint un estil propi.

Sybille Horaist Gramaglia

Sybille Horaist Gramaglia va néixer i créixer a París i, des de la seva infantesa, va tenir la certesa que volia treballar en el món de la moda. Va iniciar els seus estudis a l'Esmod i es va graduar a la Cambra Sindical de Costura de París. A la capital francesa, va començar a col·laborar amb Christian Lacroix i Georges Rech, i, des d'allà, va venir a Barcelona i on es incorporà a Inditex. Actualment, Sybille Horaist Gramaglia és la directora artística d'Escorpion, firma de moda amb un llegat extraordinari, on aporta aire fresc i noves formes.

La firma proposa per la tardor-hivern 2015/2016 la col·lecció "Interludis". La col·lecció s'estructura en tres actes: un primer acte, on *"l'aroma dels roserars omple la seva ànima i l'ànima d'explorar nous horitzons l'envoltava d'esperança"*, un segon acte, on *"l'olor de mar i la brisa marina que l'acotxava harmonitzaven amb el sentiment de ventura que li provocava aquesta sensació"*, i un darrer acte que recull *"aquell moment de cavil·lació la va encaminar cap al seu càlid racó d'esbossos i d'optimisme"*.

MANGO

MANGO, la marca de moda espanyola amb més projecció internacional, va obrir la primera botiga l'any 1984 al Passeig de Gràcia de Barcelona. Actualment, compta amb més de 2.700 botigues a 109 països. És la segona empresa exportadora de moda de l'Espanya i el seu concepte es basa en l'aliança entre un producte de qualitat, que segueix les últimes tendències, i un preu assequible. La seva imatge de marca es veu reforçada pels punts de venda, que constitueixen la seva carta de presentació i creen un ambient dinàmic adient per a la personalitat del client.

En el marc de la passarel·la 080, la firma presentarà les seves propostes per la primavera-estiu 2015. La col·lecció de Mango és elegant, jove i amb molt d'estil. Les peces de la col·lecció PrimaveraEstiu 2015 evoquen l'estil més hippy dels anys 70. Puntetes, brodats, gases, pell girada i teixits vaporosos vesteixen la majoria de les models. Un esperit lliure, que llueix vestits i faldilles llargues, minivestits, ponxos, quimonos llisos i estampats. La col·lecció irradia feminitat i un sabor bohemí, amb una paleta de colors molt suaus, entre els quals destaquen blancs i crus amb tocs tabac.

NAULOVER

Fundada al 1957, Naulover és una empresa tèxtil establerta a Catalunya i dedicada exclusivament a la moda i als complements per a la dona. La marca dissenya i fabrica les seves peces de roba, accessoris i complements a les seves pròpies fàbriques de Mediona, amb una superfície de 9.000 m², on dona feina a 170 persones. Carmen Noguera és l'administradora i la directora artística de la firma. És nascuda a Barcelona i és filla del fundador. Va estudiar empresarials i es va iniciar a l'empresa des de molt jove. El punt de Naulover té un ADN que permet als creadors fer peces exclusives i estudiades, de llarga durada i de qualitat. *Look* total, basat en el punt, i barrejat amb seda, brodats, estampats, bruses, caftans i quimonos.

El 2012 va inaugurar una *flagship* al carrer Rosselló, i compta amb una xarxa de més de 600 clients multimarca. Així mateix, comercialitza les seves col·leccions a grans magatzems com El Corte Inglés, Pyrénées (Andorra) o Coin (Itàlia). El 25% de la seva producció anual és exportació. La firma exporta els seus dissenys a països com Itàlia, el Regne Unit, Portugal, els Estats Units, Alemanya i Bèlgica, i, a més, disposa d'un canal de venda en línia. Al 2014, Naulover ha incrementat un 31% les seves vendes. (www.naulover.com/shop).

La firma presenta la col·lecció “Mademoiselle Zhivago” per a la tardor-hivern 2015/2016. Naulover proposa una dona elegant, sofisticada, que es vesteix per satisfer-se ella mateixa. D'esperit irònic, excèntric i individualista, gaudeix combinant les seves peces preferides de forma irreverent. Línies clares i definides, en juxtaposició amb estampats, flors de Moldàvia i pells.

La col·lecció es caracteritza per les línies geomètriques definides, reinterpretades mitjançant l'ús del punt. Tons monocromàtics o estampats exòtics. Els vestits mini destaquen per les obertures i el tall entallat. Les jaquetes s'adapten al cos. La barreja d'estampats i de complements adquireix un aspecte tridimensional a través de l'ús de pells. Pel que fa als colors, el negre serveix de preludi al taronja, al bordeus, al blau i al verd. Monocromàtic o combinat amb estampats exòtics. Els adjectius que defineixen la col·lecció són sofisticada, visual, calidoscòpica, glamurosa i femenina.

PUNTO BLANCO

Punto Blanco es dedica a la fabricació de mitjons d'alta gamma des del 1948 i està present en els mercats internacionals des del 1953. Punto Blanco Underwear neix el 1996 amb l'objectiu de satisfer la necessitat d'incorporar l'element de la moda a la roba interior. Les seves peces, fabricades amb matèries primeres de màxima qualitat, fan evolucionar la roba interior, que passa de ser una *commodity* oblidada a ser un producte actual, al qual s'exigeixen unes característiques de patronatge i de disseny que el converteixen en un actor principal del món de la moda. L'empresa és líder del sector en el món dels mitjons i utilitza materials de primera qualitat i tecnologia punta per proporcionar al mercat mitjons i roba interior que satisfan els usuaris més exigents.

La firma presenta la col·lecció “Connectivity” per la tardor-hivern 2015/2016. Punto Blanco s'inspira en l'era digital, i en com s'apodera dels individus, la tecnologia, més ràpida i *smarter*, que possibilita un món sense fronteres. Al mateix temps, hi ha un interès i una necessitat creixent d'equilibrar els sistemes virtuals amb la intuïció i l'instint. Punto Blanco aprofita aquesta tensió intel·lectual per presentar una col·lecció versàtil i contemporània, amb matisos retro. Els clàssics agafen un nou gir i es converteixen en una font d'inspiració fonamental. Les harmonies de color són una barreja de calent i de fred, de clar i de fosc. Efectes sorprenents, que aconsegueixen, a través de materials innovadors, una sensació extraordinària.

TORRAS

Torras, fundada el 1951, ha creat un innovador concepte de moda en pell i punt. La marca dissenya per seduir amb estil propi, més enllà de les peces bàsiques de vestir; una manera d'entendre la moda que passa per incorporar els materials de la més alta qualitat en pell, cotó, seda, lli, llana, caixmir o teixits funcionals. Les col·leccions de TORRAS, nascudes a Caldes de Montbui, són presents a *top stores* de 40 països, en ciutats com Barcelona, Nova York, Londres, Moscou o Xangai. TORRAS té una taxa d'exportació d'un 70%, *showrooms* a Milà i Nova York, i participa en les fires de la

moda de Nova York (MRketNY), Las Vegas (MRketLV), Düsseldorf (Supreme) i Moscou (CPM-Collection Premiere Moscow) .

Juanmabyelcuco

Juanma Granero Fernández, nascut a Barcelona, al 1978, ha cursat els seus estudis de disseny de moda i d'estilisme d'indumentària a l'escola d'arts i oficis artístics Llotja de Barcelona, juntament amb alumnes com Txell Miras o Juan Antonio López.

Es desenvolupa com a estilista, i crea les seves primeres col·leccions i il·lustracions al taller de Josep Font, per a la seva marca d'alta costura i prêt-à-porter. També realitza treballs de patronatge per a diferents dissenyadors, feina que alterna amb tasques d'estilisme per a revistes nacionals i internacionals. Entre els anys 2004 i 2013, presenta nombroses col·leccions a les diferents passarel·les de Madrid, Cadis, València i Barcelona. El últims dos anys ha col·laborat amb la marca TORRAS en l'estilisme i l'escenificació de les desfilades "Torras Black", tardor-hivern 2013, "The Authentic Me", primavera-estiu 2014, "Capricious", tardor-hivern 2014 i "Avant-Garde", primavera-estiu 2015.

Sota el títol "*Mímesis*", la firma presenta les seves propostes per a la propera tardor-hivern. Les propostes de Torras giren al voltant del mimetisme amb la naturalesa. La *mise en scène* s'endinsa en un entorn salvatge, hivernal, tosc on destaquen homes i dones bohemis, amb olors diferents, compostos de barreges de textures, amb viatgers amb olors diferents, compostos de barreges de textures.

YERSE

Fundada l'any 1964 per Lluís Generó i Domenech, i basant la seva producció en els jerséis de punt per a tota la família, la marca Yerse ha anat globalitzant-se i canviant d'estratègia empresarial, per centrar-se, 50 anys després, en els *total looks* femenins. Sense perdre la seva essència -el punt, molt present en totes les seves col·leccions-, ha anat entremesclant textures i matèries per arribar al segle XXI amb una essència de marca molt genuïna, sota el prisma de l'estil *vintage* i la influència urbana de les grans ciutats cosmopolites. El resultat, col·leccions *casual-chic*, amb detalls subtils i sofisticats que vesteixen una dona natural, a la recerca d'un estil confortable i cosmopolita, i amb una actitud davant la vida: *slow life*. Yerse dissenya i comercialitza quatre col·leccions l'any: la col·lecció Yerse de la temporada (primavera-estiu / tardor-hivern), la col·lecció de complements corresponent a cada temporada, i dues col·leccions flaix (Super Summer / Special Edition). Un total de més de 300 referències, que es venen en més de 1.300 punts de venda de tot el món.

La firma presenta la col·lecció "The Beauty Surrounds" per a la tardor-hivern 2015/2016. Yerse parteix de la idea que la bellesa no és un do. És una actitud, una melodia que componem mitjançant petits detalls i gestos feliços que ens reconforten sense presses. La nova col·lecció de Yerse s'inspira en la bellesa que cada dona dibuixa al seu voltant per donar forma al seu propi benestar. Optimistes flors d'hivern naixen sobre teixits naturals. Quadres de racionalitat nòrdica construeixen trames infinites. Fruïtes del bosc floreixen ingènuament al mig de llenços minerals. Vermells terra, blaus malva i verds jade donen color als eternals dies de fred. El blanc trencat cobreix, poc a poc, paisatges de llanes verges. Talls urbans desafien simetries convencionals.

3.- Premi Nacional de la Generalitat de Catalunya al Disseny Emergent 080 Barcelona Fashion

→ **Dijous, 5 de febrer a les 17:30 h. a la Sala Marqués de Comillas del Museu Marítim de Barcelona**

Enguany, el 080 aposta per potenciar el talent emergent. Amb aquesta voluntat, el guardó del certamen esdevé Premi Nacional i s'adreça als creadors emergents que desfilaran a la present edició de la passarel·la. L'objecte del premi, dotat amb 20.000 euros, és reconèixer el talent dels dissenyadors emergents que desfilen a la 080, i alhora promoure la difusió i notorietat de la marca guanyadora i de la moda catalana en general a nivell nacional i internacional i específicament, del 080 Barcelona Fashion.

L'elecció del guanyador anirà a càrrec d'un jurat professional creat al efecte. El jurat estarà format per un president i un mínim de quatre professionals del sector de la moda, dissenyadors de reconegut prestigi internacional, representants de *showrooms* o botigues de moda de prestigi internacional, representants de la premsa de moda internacional o representants d'una institució de moda internacional. El guanyador s'escollirà d'acord amb els criteris de disseny i creativitat de la col·lecció, qualitat de la col·lecció i potencial comercial de la col·lecció.

El guanyador del premi presentarà la seva propera col·lecció en la següent edició del 080 Barcelona Fashion. Així mateix, una mostra de la col·lecció guanyadora formarà part del fons del Museu Tèxtil i de la Indumentària de Catalunya. La dotació del premi es destinarà a potenciar l'activitat comercial i promoció internacional del dissenyador guardonat amb la presència a *showrooms* i la promoció comercial de la marca, així com la producció de la col·lecció.

El guardó es lliurarà el darrer dia del 080, el 5 de febrer, a les 17:30 h. a la passarel·la. En el marc de l'acte, es retrà homenatge a la recentment desapareguda dissenyadora catalana, Sita Murt.

4.- 38a edició de MODAFAD

Com és habitual en les darreres edició, el 080 acollirà el MODAFAD, la passarel·la de Dissenyadors de moda Emergents, que participa una edició més, amb una desfilada conjunta. La 38a edició de MODAFAD presentarà les col·leccions de *Pedro Coveló* (Guanyador de l'última edició dels Premis MODAFAD), *Martin Maldonado* (Menció Especial Modafad Fashion Awards 2014) i *Yoseline Martinez* (Guanyadora dels Premis de Moda de Aguascalientes/Mexico)

L'Associació d'Imatge i Moda del FAD té com a objectiu promocionar i donar a conèixer els joves valors de la moda experimental, interdisciplinària i d'avantguarda de Barcelona. Modafad també vol fomentar la relació entre les escoles, els joves dissenyadors, els mitjans de comunicació especialitzats i la indústria.

5.- ACTIVITATS PARAL·LELES

a. Classe magistral (*masterclass*) a càrrec del fotògraf Ruven Afanador

→ **Dimecres, 4 de febrer a les 10 hores. Arts Santa mònica**

En la present edició, la *masterclass* se centrarà en la visió del món de la moda a través de la fotografia. Un dels professionals més reconeguts del moment a nivell internacional, el colombià Ruven Afanador oferirà una classe magistral on reflexionarà sobre la seva professió, els vincles entre la moda i el cinema, i les seves vivències a Hollywood.

Ruven Afanador és un dels fotògrafs de personatges i moda més cotitzats del món. La seva extensa obra es distingeix per un opulent classicisme avivat per un punt de vista irreverent i un sorprenent llenguatge visual il·luminat per l'extravagant emoció de la seva herència llatinoamericana i matisat per un erotisme exquisit. Encara que viu a Nova York i es mou en l'elitista món de la moda i la celebritat internacional va néixer a Bucaramanga, Colòmbia, on va viure fins a l'adolescència una infantesa romàntica en un fascinant entorn que deixa una profunda empremta en la seva obra.

Als catorze anys Afanador es trasllada als Estats Units on estudia art i descobreix l'encís de la càmera. El 1987 viatja a Milà per afinar la seva tècnica i enriquir la seva estètica. Arriba a Nova York el 1990 i capta l'atenció d'editors que sol·liciten el seu treball per a revistes de moda i campanyes publicitàries. Comença a destacar com a retratista i la seva obra apareix en les revistes més importants del món: *New York Times Magazine*, *The New Yorker*, *Vanity Fair*, *The Hollywood Reporter*, *Paris Match*, *Yo Donna*, *Citizen K* i *Madame Figaro* entre d'altres.

El seu llistat de clients inclou *Christian Dior*, *Yves Saint Laurent*, *Moschino*, *Hugo Boss*, *Guerlain*, *Lancôme*, *L'Oréal*, *Victoria's Secret*, *Bergdorf Goodman's*, *Nordstrom's*, o *Neiman Marcus*. Ha exposat la seva obra als Estats Units, Colòmbia, Argentina, Espanya, França, Itàlia, Japó i Xina. Té editats quatre llibres: *Torero* (2001), *Sombra* (2004), *Mil Besos* (2009) i *Angel Gitano* (2014).

b. Exposició “Stars on Fashion” del fotògraf Ruven Afanador

→ **La inauguració de l'exposició serà el dilluns, 2 de febrer, i comptarà amb la presència del fotògraf.** La mostra estarà exposada a l'Open Area del 080, a l'exterior dins el recinte del Museu, davant la porta principal.

Sota la òptica d'un dels més reconeguts fotògrafs de moda i retrat actuals, Ruven Afanador, una visió refinada, divertida i captivadora d'alguns dels rostres més famosos del moment, gravats en la memòria col·lectiva del món. Una impressionant llista de noms d'estrelles del cinema, la moda i la música, moltes d'elles guanyadores i nominades a l'Oscar de Hollywood.

La mostra inclou retrats d'actors, actrius i directors com Julianne Moore, Amy Adams, Reese Witherspoon, Glenn Close, Rihanna, Diane Keaton, Robert Redford, Benedict Cumberbatch, Jake Gyllenhaal, Jared Leto, Mathew McConaughey, Sofia Coppola, Liza Minelli, Sharon Stone, Selma Hayek, Jennifer Connelly, Catherine Deneuve, Vanessa Paradis, George Clooney, Marion Cotillard, Michelle Pfeiffer, Viola Davis, Scarlett Johansson, Steve Buscemi, Beyoncé, Emily Blunt, Eddie Redmayne, Quentin Tarantino, Pedro Almodóvar, Hugh Jackman, Charlize Theron, Sandra Bullock, Naomi Watts, Amanda Seyfried, Kenny Washington, Nicole Kidman, Monica Bellucci, Halle Berry, Bimba Bosé, Rossy De Palma, Bibiana Fernández, Nieves Álvarez i Paz Vega. El comissari de la exposició és Bernat Buscató.

c. Sessió fotogràfica en viu amb el fotògraf Ruven Afanador i l'actriu Rossy de Palma.

→ **La sessió oberta al públic es farà el dimarts, 3 de febrer a les 10 h**

En el marc del Museu Marítim de Barcelona Ruven Afanador realitzarà una sessió fotogràfica amb la Rossy De Palma, actriu indispensable i icona de moda internacional.

Aquesta jornada de treball tindrà una particularitat: estarà oberta al públic de manera que aquest pugui conèixer en directe com treballen fotògrafs, models, estilistes i maquilladors en un photo shoot professional.

d. Exposició “Fils de complicitat” de la dissenyadora Celia Vela

→ **La inauguració de l'exposició serà el dilluns, 2 de febrer a les 18 h. i comptarà amb la presència de la dissenyadora. La mostra estarà exposada en el Museu Marítim de Barcelona, del 2 de febrer de 14 a 20 h, i del 3 al 5 de febrer de 10 a 20 h.**

La dissenyadora Celia Vela i la pintora Begoña Ramos duen a terme un treball conjunt que cospa dues mirades femenines en una vintena d'obres que combinen pintura i teixit. Begoña Ramos (Madrid, 1961) viu a Figueres des de fa més de 40 anys. Formada a la BBAA de Madrid i a la l'Escola d'Arts i Oficis del Círculo de Belles Artes de la capital espanyola, quan arriba a l'Empordà a finals dels 80 es relaciona de manera estreta amb pintors com Evarist Vallés, Ricard Ansón i amb persones d'altres àmbits de la cultura com l'escriptora Montserrat Vayreda.

De la seva banda, des que va debutar l'any 1996, la dissenyadora figuerenca Celia Vela sempre ha defensat, sense fer gaire soroll, la seva independència creativa. Només cal recordar aquell "My way" amb què tanca les seves desfilades a la passarel·la 080. I és probablement aquest esperit lliure i inquiet el que l'ha portat ara a embarcar-se en aquesta nova aventura artística, que ha fet saltar els seus dissenys de la passarel·la a la sala d'exposicions. Del maniquí als quadres.

Les obres que han creat a quatre mans Celia Vela i la pintora Begoña Ramos ens ofereixen una visió diferent de la passarel·la: íntima, poètica i serena. Ramos, artista de pintures silencioses i magnètiques, ha traslladat a les teles diversos moments capturats al “backstage” i a les desfilades de Celia Vela. I ha sabut transmetre l'aire romàntic, delicat i nostàlgic de les seves peces.

Celia Vela s'ha retrobat amb els seus dissenys als quadres i els ha reinterpretat amb noves pinzellades, fetes amb l'agulla i els teixits que omplen el seu taller de Figueres: sedes, tuls, xantillís...Amb aquest treball, les dues creadores de Figueres han fet encaixar dos mons, el de la moda i el de l'art, que sempre s'han retroalimentat i que, un cop més, ens demostren que continuen estant molt a prop. El resultat són unes peces a cavall entre la moda i la pintura, un estudi i recerca de dues passions trobades.

e. Lliurament del Premi Dress Coke

→ **L'acte de lliurament serà el 4 de febrer a les 12:30 h.**

Dress Coke és el concurs de disseny de moda de Coca-Cola, dirigit a joves dissenyadors, mitjançant el qual se seleccionarà el nou uniforme de la xarxa comercial de Coca-Cola Iberian Partners.

El concurs, que es va iniciar al mes de setembre, arriba a la seva fase final, després d'una selecció de cinc finalistes: Cristina Castro i Carlota García, les dues de l'Escola Superior de Disseny Goymar de Galícia; Adrià Doy Pou, de l'Escola Superior de Disseny Felicidad Duce de Barcelona; Tamara González, de l'Escola EPYCO de Astúries i Noemí Filgueira de l'ESDI Llotja de Barcelona. El jurat que ha fallat el premi està integrat per per María Aranguren, directora de Patrocinis de Mercedes-Benz Fashion Week Madrid; Núria Mora, directora creativa de 080 Barcelona Fashion; el dissenyador Miguel Palacio i, representants de Coca-Cola.

Dress Coke ha comptat amb la participació de estudiants i recent llicenciats en disseny de les principals escoles nacionals, han demostrat l'alt nivell existent, no solament quant al disseny sinó també quant a la confecció. El guanyador de Dress Coke es coneixerà en el marc de la 15a ed. del 080. Els dissenys s'exposaran al certamen 080 Barcelona Fashion i a la Madrid Mercedes-Benz Fashion Week.

f. Barcelona Fashion Summit 2015

→ **La jornada se celebrarà el dijous, 5 de febrer de 9 a 18 h. Al Palau de la Música.**

Una edició més, el Barcelona Fashion Summit 2015 torna a celebrar-se en el marc del 080 Barcelona Fashion. El Palau de la Música Catalana serà l'escenari de la jornada que tindrà lloc el darrer dia del certamen, el 5 de febrer, dins les activitats paral·leles del certamen. Promogut pel Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM) de la Generalitat i organitzat pel grup editorial i de serveis Modaes.es, el Barcelona Fashion Summit tornarà a ser un punt de trobada per als professionals i les empreses del sector de la moda.

El Barcelona Fashion Summit reuneix anualment a Barcelona als protagonistes del sector, que tracten, mitjançant ponències i debats, els assumptes clau de l'actualitat d'aquest negoci. Cada edició té una temàtica específica i un títol que emmarca el conjunt d'activitats de la jornada. En la seva tercera edició, se centrarà en el negoci digital de la moda, un mercat que constitueix un laboratori per a grups de retail de tota mena. Experts i professionals analitzaran com s'adapta la moda a l'entorn digital, quins horitzons tenen les empreses, o com el canal en línia els ajuda a generar vendes.

Més de 300 directius i empresaris de la indústria de la moda es van reunir a Barcelona en les dues anteriors edició, per van participar a unes intenses jornades conferències i debats protagonitzades per una vintena d'executius i experts nacionals i internacionals de la moda.

Programa

- **9 h: Presentació oficial jornada a càrrec de la Generalitat**
- **9:30 h: Ponència inaugural a càrrec de Gustavo García Brusilovsky (Klikin)**
- **10 h: Conferència a càrrec de Sergio Bucher (Amazon)**
- **10:30 h: Taula rodona: ‘La moda a l’entorn digital’ amb:**
 - Elena Carasso, (Mango)
 - Elena Cusi, (Desigual)
 - Luis Monserrate, (Pepe Jeans)
 - Rosa Tous, (Tous)
 - Pablo Foncillas, (Iese)
- **12:15 h Conferència a càrrec de Javier Seara, (Boston Consulting Group)**
- **12:45 h. Conferència a càrrec de Sandra Manresa, (Google)**
- **13:15 h. Taula rodona: ‘Pure Player: ¿què pot aprendre la moda?’ amb:**
 - Fernando Maudo (Vente Privee)
 - David Contijoch (El Armario de la Tele)
 - Lucas Carné (Privalia)
 - Marc Cortés (Esade)
- **15:30 h. Conferència a càrrec de Gerry Waters (Alhokair)**
- **16:00 h. Taula rodona: ‘Moda digital: noves tendència i nous mercats’**
 - Valeria Domínguez (Adolfo Domínguez)
 - Enrique García (McKinsey)
 - Luis Lara, (Retalent)
 - Vicente Muñoz, (Telefónica On The Spot Services)
 - Juan Carlos González (Instituto Biomecánica de Valencia)
- **17:00 h Conferència a càrrec de Eduard Casabella, (Oysho)**

6.- 080 OPEN ÀREA

➔ **L’Open Area estarà oberta al públic, el 2 de febrer de les 14 a les 20 h. del 3 al 4 de febrer de 10 a 20 h. I el 5 de febrer de 10 a 19 h**

La zona Open Area del 080 es consolida, edició rere edició, com l’espai on el certamen s’obre el públic en general, i conflueixen professionals i visitants. En aquesta edició, la zona Open Area acollirà **el Village** –amb els estands de patrocinadors i sponsors-, el plató del **080 TV Channel**, i les diferents activitats paral·leles. A l’Open Area també s’instal·larà l’espai comercial del 080 Barcelona Fashion, el **080 Fashion Market**, que donarà cabuda a una quarantena de botigues efímeres (*Pop-Up Stores*) de moda, calçat i complements que aproparan als visitants les col·leccions més avantguardistes.

En aquesta edició, les escoles de moda i disseny tindran un espai propi al 080 Fashion Market. Un total de 9 escoles comptaran amb estands dins la zona comercial on s’exposaran i comercialitzaran dissenys dels alumnes. Les escoles participants són: BAU Centre Universitari de Disseny de Barcelona; Escola de la Dona; Escola Superior de Disseny Felicidad Duce - LCI Barcelona; ESDi Escola Superior de Disseny; ICM Institut Català de la Moda; Idep Barcelona, Escola Superior d’Imatge i Disseny; IED Barcelona Escola Superior de Disseny; ILLA Escola d’Art i Disseny; LLOTJA Escola Superior de Disseny i Art.

a.- NEO2 Photo Shoot Exhibition

Al llarg de la setmana, la zona Open Area acollirà la Neo2 Photo Shoot Exhibition, on s'exposaran els resultats del Neo2 Photo Shoot Contest celebrat en l'anterior edició, el juliol passat. En l'anterior edició, es va celebrar aquest concurs, on set equips formats per un estilista i un fotògraf, alumnes d'escoles d'estilisme i de fotografia de Barcelona, van competir per realitzar el millor fotoreportatge del certamen. Ara, s'exposaran les fotos del reportatge guanyador. Les imatges recullen estilismes dissenyadors guanyadors del premi a la millor col·lecció en anteriors edicions del 080: Selim de Somavilla, Georgina Vendrell i Brain&Beast

Les escoles que van participar en el concurs són: IDEP BARCELONA Escola Superior d'Imatge i de Disseny; Escola Superior de Disseny Felicidad Duce – LCI Barcelona; ESDI Escola Superior de Disseny; Institut Català de la Moda; LLOTJA Escola Superior de Disseny i Art; IED Escola Superior de Disseny; Escola d'Art i Disseny IIIa; Elisava Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona; Grisart Escola Superior de Fotografia; IEFC - Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya; St. Ignasi – Jesuïtes Sarrià; Escola d'Art i Superior de Disseny Serra i Abella.

7.- Presència a les xarxes socials i el 080 TV Channel

Una edició més, el 080 Barcelona Fashion torna a comptar amb el canal de televisió 080 TV Channel, que emet de manera regular per internet a través del web www.080barcelonafashion.cat. Durant els dies del certamen, comptarà amb una programació especial que inclou notícies, reportatges, entrevistes, comentaris i anàlisis. A més, retransmetrà en directe totes les desfilades. Amb aquest canal, posat en marxa ara fa dos anys, el 080 posa a disposició del públic material audiovisual i valoracions de les novetats que es presenten al certamen. Un grup de professionals i estudiants del Màster en Comunicació de Moda de la Facultat de Comunicació Blanquerna (Universitat Ramon Llull) s'encarreguen de la cobertura.

Així mateix, el 080 Barcelona Fashion consolida la seva presència a les xarxes socials: Facebook: 38.275 fans; 19.341 seguidors a Twitter (@080bcnfashion); https://twitter.com/080_bcn_fashion; i 12.496 seguidors a Instagram. Des de la passada edició al juliol de 2014, el web [080barcelonafashion.com](http://www.080barcelonafashion.com) ha rebut més de 1,5 milions de visites (729.474 durant la passada edició, i 817.055 més visita, fins a dia d'avui).

Com ja es va començar a fer en l'edició passada del 080, el web tornarà a estar disponible per a smartphones, de forma permanent, amb totes les seccions habituals del web.

8.- Patrocinadors i sponsors de la 15a edició del 080 Barcelona Fashion

En aquesta quinzena edició, el certamen compta amb l'esponsorització i suport de les següents marques: Patrocinador principal: MORITZ; Patrocinadors: Solan de Cabras, Lavazza, Redken, Movistar i Rowenta. Col·laboradors: Seat, MAC, Coca-Cola Iberian Partners, Olympus Pen, CND Beauty/Vinylux i My Taxy.

Els mitjans de comunicació 080 Barcelona Fashion: Els mitjans de comunicació poden acreditar-se a www.080barcelonafashion.cat .
