

DOSSIER DE PREMSA



## Continguts

---

1. **Introducció 16ena ed. 080**
  - a. **L'espai: Estadi Olímpic Lluís Companys**
2. **PASSAREL·LA 080**
  - a. **Dissenyadors**
  - b. **Marques**
  - c. **Calendari**
3. **Premis de la Generalitat de Catalunya 080 Barcelona Fashion**
  - a. **Premi Nacional al Disseny Emergent 080 Barcelona Fashion**
  - b. **Premi Nacional a Millor Col·lecció**
4. **39a ed. ModaFAD**
5. **080 Fashion Investor Day**
6. **ACTIVITATS PARAL·LELES**
  - a. **Presentació “Skull Rider”, de Jorge Lorenzo**
  - b. **Texmeeting by TEXFOR**
  - c. **Jornada de MODACC, el Clúster Català de la Moda i el Tèxtil**
  - d. **NEO2 Photo Shoot Contest**
7. **El Village**
  - a. **080 Fashion Market**
  - b. **Àrea Street Food**
  - c. **Art in Motion Project**
  - d. **Programació musical**
8. **Presència a xarxes socials**
9. **Patrocinadors i sponsors**

## 1.- Introducció: 16ena edició del 080 Barcelona Fashion

Del 29 de juny al 3 de juliol, l'Estadi Olímpic Lluís Companys 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 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.

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'una 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.

Després de 15 edicions, el 080 Barcelona Fashion es consolida com una plataforma de moda de caràcter obert, plural, multidisciplinar i internacional, amb l'objectiu de convertir Catalunya i Barcelona en un referent de la generació i la projecció del disseny en el sector de la moda. La voluntat d'aquest esdeveniment és consolidar un projecte a llarg termini que ofereixi credibilitat i un segell diferenciador en els àmbits del disseny, la producció, la distribució i la promoció de la moda, potenciar la cultura de la moda i la vinculació d'aquesta al camp de les indústries culturals i creatives i acostar la moda al públic del carrer.

### **L'espai: l'Estadi Olímpic Lluís Companys**

L'Estadi Olímpic Lluís Companys va ser construït amb motiu de l'Exposició Internacional de 1929. El 20 de maig d'aquell any es va inaugurar l'estadi amb un partit de futbol en què una selecció catalana va vèncer 4-0 a un equip anglès, els Bolton Wanderers. El 1992 es va remodelar totalment per tal d'acollir els Jocs Olímpics (JJOO) de Barcelona'92, passant a ocupar un lloc privilegiat en la memòria dels barcelonins.

Esdeveniments tan importants com les cerimònies d'inauguració i clausura dels Jocs Olímpics i Paralímpics de Barcelona'92 o les proves d'atletisme van tenir lloc en aquest espai, com recorda el Museu Olímpic i de l'Esport Joan Antoni Samaranch que es troba al costat de l'Estadi. La UEFA li ha atorgat la categoria cinc estrelles, que el qualifica per a acollir competicions de màxim nivell continental. A banda d'aquest significat esportiu, l'estadi també és un espai referent en acollir esdeveniments relacionats amb el món de la música. Cal mencionar que el nom de l'Estadi fa referència a Lluís Companys, President de la Generalitat de Catalunya durant la Guerra Civil.

## 2.- PASSAREL·LA 080

Durant 5 dies, la passarel·la 080 acollirà les desfilades d'un total de 36 dissenyadors i marques que mostraran les seves col·leccions per a la temporada primavera/estiu 2016 en el marc de la 16ena edició del certamen.

### a. Dissenyadors

#### **BRAIN&BEAST**

---

Brain & Beast neix a Barcelona el 2010, de la mà dels dissenyadors Àngel Vilda, César Olivar i Verónica Raposo. Les seves peces es plantegen com a jocs, endevinalles, jeroglífics d'una aparent senzillesa estructural, que responen a complexes equacions geomètriques, en les quals el color i la matèria formen part d'uns codis en què res és aleatori. Així, Brain&Beast proposa conjunts de peces que combinen emoció i raó, amb una 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 primavera-estiu 2016, Brain & Beast presenta la darrera part del seu decàleg creatiu. Sota el títol, COL·LECCIÓ- Decalogue, Part X < INSOMNIA >. Summer 2016, la firma reflexiona sobre la condicional vital que representa la possibilitat de mentir o d'amagar part dels pensaments, amb l'únic fi d'aportar una prova d'autonomia, i protegir-se dels altres, creant un territori íntim o secret. Els secrets contenen un tros d'història que ha de ser silenciada. Així, INSOMNIA planteja desvetllar-los i tenir la possibilitat de reescriure-la. Es tracta de l'aventura d'una nit en vetlla, que investiga les pròpies veritats que afirmen la identitat més enllà de la zona de confort.

Més info: [www.brainandbeast.com](http://www.brainandbeast.com)

#### **BLAME LABEL**

---

El dissenyador de la firma, Pablo Puig, va néixer el 12 de febrer de 1987 a València. Després d'un gir a la seva vida, va aterrar a Barcelona el 2008 on es va graduar en disseny i imatge de moda a l'Idep (Escola Superior d'Imatge i Disseny) el 2012. Un cop acabats els seus estudis, va realitzar pràctiques amb el dissenyadors Boris Bidjan Saberi, amb qui va col·laborar activament en les col·leccions de primavera-estiu 2013 i tardor-hivern 2014, que van ser presentades a la Setmana de la Moda de París. L'octubre del 2014 va crear la seva pròpia marca, Blame Label. Va presentar la meua primera col·lecció "Own way" al saló DTOX. El 2015 va ser convidat a gaudir d'un espai a la 080 *pop-up store*, per la qual va acabar amb un punt de venda més a Madrid i amb molts seguidors nous.

Blame Label presentarà en la passarel·la 080 la col·lecció "Aureari". El nom de la col·lecció és un joc entre proporció àuria i ira, i representa el camí cap al vici de la perfecció. En principi, la perfecció es representa amb la proporció ÀURIA. Durant el camí et veus obligat a realitzar sacrificis que produeixen IRA i surten com a vàlvula d'escapament. Això dona lloc a un nou estat d'equilibri, l'IRA CONTROLADA. Són peces unisex construïdes sota els efectes d'aquest estat anímic i tallades per zones

que segueixen la proporció àuria del cos humà. La perfecció, en color BLANC; el NEGRE representa l'IRA, i el BLAU és el punt d'equilibri.

Més info: [www.blamelabel.com](http://www.blamelabel.com)

## **CARLOTAOMS**

---

CARLOTAOMS neix a partir de la fusió de les dissenyadores Elisabet Carlota i Elisenda Oms, totes dues amb caràcter emprenedor, idees fresques i amb la necessitat de donar resposta a les seves inquietuds creatives. Les peces CARLOTAOMS acompanyen els consumidors en el seu dia a dia, completen la seva personalitat i els ajuden a crear i a fomentar la pròpia identitat. La marca ofereix un producte de roba en què el disseny de línies pures i l'estil urbà interactuen amb la persona que el vesteix.

La firma proposa per a la primavera-estiu la col·lecció "*Al·legoria*". L'al·legoria és la representació visual i artística d'idees abstractes, que dóna imatge a allò que no en té. Fa visible allò que només és conceptual. CARLOTAOMS presenta una col·lecció en què l'al·legoria és la plasmació visual del concepte del procés creatiu conjunt. L'al·legoria del concepte es mostra amb les línies rectes que es creuen en els estampats, amb la inclusió de la lluminositat del groc i amb els fils que juguen entrellaçant-se en els brodats. L'elecció del color: el blanc, el negre i les línies pures del patronatge formen part de la identitat de la marca.

Més info: [www.carlotaoms.com](http://www.carlotaoms.com)

## **CELIA VELA**

---

Celia Vela debuta al 1996 a la Passarel·la Gaudí Barcelona. Actualment, participa a la 080 Barcelona Fashion. Té la seva *flagship store* a Figueres, la seva ciutat natal. Les seves col·leccions es poden trobar també al Japó, país on viatja per primer cop el 1999, i on actualment compta amb un showroom propi, a Tòquio. També ha presentat les seves col·leccions al Saló Atmosphère de la Setmana dels Creadors a París. Ha col·laborat amb Coty-Astor, Moda FAD, Bcn Moda Centre, Dupont, el Círculo Textil i Lucky Strike, entre d'altres. Des del 1998 ha rebut diversos premis, ha participat en exposicions, taules rodones i conferències sobre moda. La feminitat, la sofisticació i la cura pels detalls són el seu segell.

Com és habitual, la creadora ens emplaça a descobrir les seves propostes per a la primavera-estiu 2016 directament sobre la passarel·la, en una col·lecció que sempre pren com a punt de partida una vivència personal, una història.

Més info: [www.celiavela.com](http://www.celiavela.com)

## **COMO UN PEZ EN EL AGUA**

---

*Como un pez en el agua* neix el 2010 de la mà de Raquel Pérez i Sandra Puig i llança la seva primera col·lecció de bany l'any 2011. Totes dues comparteixen la passió per la moda, la Raquel en el disseny i en el patronatge, i la Sandra en la comunicació i en el desenvolupament d'imatge.

El tàndem de dissenyadores d la firma presenten per a la propera primavera-estiu la col·lecció, “*Swimwear Over The Rainbow*”. Les nostres sirenes de platja destaquen per la seva actitud provocadora i glamurosa. Inspirada en la moda pin-up, les peces que componen aquesta col·lecció es caracteritzen pel seu aire clarament retro, ja que estan confeccionades amb teles de cotó i seda, frunzits mitjançant gomes i talls estratègics.

Més info: [www.comounpezenelagua.com](http://www.comounpezenelagua.com)

## **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 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 col·lecció de Carrascal per a la primavera-estiu 2016 està inspirada en dos eixos: la violència contextual —element artificial de la humanitat—, i l’esperança de la pau —element consubstancial a l’home—. Aquests dos eixos, la violència i l’esperança de pau, s’expressen a través del patronatge, de peces exteriors que ensenyen l’interior, com folres i acabats, botonades que s’obren pel costat contrari i peces girades. La violència inspira peces com les granotes, que denuncien el camp de presoners de Guantánamo, o el tall llarg de les camises, propi dels extremistes de l’EI, i també l’ús de butxaques i dels plecs característics del vestuari militar. L’esperança s’expressa través dels colors suaus i optimistes: verd pastura, groc mango o magenta, que aporten vibració als detalls de les peces. Utilització de materials nobles, com el lli i el cotó, barreges amb elastà i viscosa, i també poliamida, tractada per a esports d’alt rendiment, antibacteriana i transpirable.

Per a aquesta passarel·la, ha desenvolupat les parts de baix, bermudes i pantalons, amb materials que recorden els teixits que s’utilitzen per a les parts de dalt. Una col·lecció pensada per a l’home multitasca. Peces amb siluetes ajustades al cos, que conserven les línies corporals masculines. Els complements, amb barreges de teixits, per potenciar i reforçar la silueta de la col·lecció. La camisa blanca com a punt de partida i catalitzador de tota la col·lecció.

Més info: [www.edgarcarrascal.com](http://www.edgarcarrascal.com)

## **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 reconeixement, li va permetre ser present a la següent

edició i crear la seva pròpia marca, Georgina Vendrell Menswear. La dissenyadora ha tingut el privilegi de participar 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.

En la propera edició de la 080, Vendrell presenta la col·lecció "Urban Warrior", que s'inspira en l'urbà, l'avantguardisme i l'*streetwear*. En la masculinitat i la modernitat. La creadora proposa un home contemporani amb visió futurista, guerrers urbans amb un estil impecable, modern i eclèctic. La col·lecció utilitza materials tecnològics i noves textures. Colors contrastats, combinacions cromàtiques, amb taronges, vermells, blanc i negre. Els materials són la pell, les sarges de cotó i punt. En la col·lecció destaquen les línies arquitectòniques, les siluetes netes i els acabats impecables. Peces oversized, joc de volums i superposicions.

Més info: [www.georginavendrell.com](http://www.georginavendrell.com)

## **GUILLERMINA BAEZA**

---

La dissenyadora Guillermina Baeza va néixer al protectorat espanyol al Marroc. Als anys 60 es va traslladar a Barcelona i, als 70, va començar la seva carrera professional, que la va portar, als anys 80, a desfil·lar a les principals passarel·les de moda europees. La seva presència continuada a les passarel·les ha creat un estil propi, que consolida la màxima de la filosofia de Guillermina Baeza: *"La roba de bany i la llenceria no són simples accessoris. Actualment tenen la mateixa importància que les peces exteriors."* El mèrit de Guillermina Baeza ha estat adaptar-se sempre a les necessitats del mercat, gràcies a la seva intuïció, que li ha permès abraçar-ne sempre els diferents segments, en funció dels estils, dels gustos i de les edats. Actualment, al seu costat trobem la seva filla, Belén Larruy, com a directora de l'equip creatiu.

Baeza presentarà a la passarel·la 080 la seva col·lecció "Sweet years". Amb la música dels setanta de fons —una dècada de canvi, d'obertura en la cultura, en l'art, en la religió i, per descomptat, en la moda— neix la col·lecció per a l'estiu del 2016 de la dissenyadora. Les peces, a través d'obertures i de transparències, s'entrellacen amb l'asimetria en un joc que deixa al descobert la bellesa del cos femení. La gamma de colors ha estat escollida per aportar-hi vitalitat, harmonia i optimisme: taronges, maduixes, pistatxos i blaus profunds s'alternen amb l'elegància bohèmia del negre. El toc retro l'aporten els estampats, dignes d'aquells anys: ratlles amples, topes irregulars i flors diluïdes de diferents mides configuren el mapa gràfic de la col·lecció.

Més info: [www.guillerminabaeza.es](http://www.guillerminabaeza.es)

## **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. Jessica Montes és estilista per l'IDEP i finalista del concurs Photo Shoot Contest 2014. Isometric guanyà el Premi Nacional de la Generalitat de Catalunya al Disseny Emergent 080 Barcelona Fashion en l'edició d'hivern 2015 amb la seva primera col·lecció, "Psique".



Sota el títol “Poincaré”, Isomètric presenta les seves propostes per a la primavera-estiu 2016 en el marc de la passarel·la 080. La conjectura de la col·lecció pretén discernir la topografia de l'univers, explicant la relació entre formes, espais i superfícies. Aquesta teoria busca classificar qualsevol figura en una de més simplificada que compleixi les mateixes propietats. La col·lecció mostra una narració lineal sobre el transcurs de l'estudi del teorema. Els teixits de sastreria en contraposició amb els tècnics, de la mateixa manera que els estampats digitals amb brodats manuals, tradueixen el procés de creació científica. El constant diàleg de les mans amb la tecnologia. El blanc com a llenç, principi de procés creatiu. El gris com a transcurs del pensament, assaig i error. El colors plans com a resultats, demostració.

Més info: <https://www.facebook.com/isometricpress>

## **JOSEP ABRIL**

---

Neix a Barcelona l'any 1962. Estudia belles arts i, posteriorment, disseny de moda a l'Escola d'Arts i Tècniques de la Moda (EATM) de Barcelona. Viu i treballa a Barcelona. Crea la seva pròpia firma el 1996. Josep Abril és una col·lecció d'home. Actualment, es comercialitza a showrooms i botigues multimarca. Va ser director creatiu de la col·lecció “Armand Basi One Home”, presentada a París des del 2007. L'any 2006 neix el projecte “Bespoke”, de sastreria a mida. El 2007 forma l'Abril Studio, espai de creació de conceptes i de projectes de moda. Ha dissenyat vestuaris per a espectacles, per a teatre i per a òpera, entre els quals per a l'òpera “Fliegende Holländer”, de la Fura La Fura a l'Òpera de Lió. Imparteix classes i workshops a diverses escoles de disseny (IED, ESDi, Elisava i Felicidad Duce). Exerceix de consultor extern i de director d'art.

Al llarg de la seva trajectòria ha rebut diversos premis i distincions. El 1991, el primer Premi Gaudí per a nous dissenyadors, el 2004, el Premi GQ al millor dissenyador d'home nacional, i el 2008, el Premi “Barcelona és Moda” al millor professional. Ha estat distingit també amb el Premi 080 a la Millor Col·lecció per a la tardor/hivern 2014-15, en l'edició de gener del 2014 de la 080 Barcelona Fashion. Abril presentarà a la propera edició de la passarel·la 080 la COL·LECCIÓ- SS#2016N37.

Més info: [www.josepabril.com](http://www.josepabril.com)

## **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. 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 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 materials com sedes, crepès, *chiffon*, xantillís, cuir, pell, o brodats a mà. És una marca cosmopolita i entén que “la seva dona actual” es troba a tot arreu. Té presència a diversos països com França, Japó, el Líban o Kuwait, i ciutats com Taiwan i Nova York.

Sota el títol “*El Jardín de Monet*”, la nova col·lecció d'estiu de Ruano germina dues variants que encarrilen camins diferents: l'estudi de les textures visuals i tàctils, treballades en blanc i negre (ràfies, prisats, reixetes...), i l'estudi del color mitjançant



teixits més llisos, amb barreges lluminoses, treballats amb transparències (organzes, gasses de seda...), superposicions (xantillí, guipur...) i estampats amb motius aigualits pictòrics. El motiu floral pren protagonisme aquesta temporada en el xantillí i el guipur estampats i amb volum a les peces. Les variacions cromàtiques es concentren en les gammes càlides, com el fúcsia, els roses i els taronges barrejats entre ells, de manera que creen nous ambients de color.

Més info: [www.justiciaruano.com](http://www.justiciaruano.com)

## **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 primavera-estiu 2016 la col·lecció “*After Sun*”, prenent com a font d'inspiració les “*first class bitches*”. El xandall *deluxe* de Robustella puja al iot aquest estiu, i l'omple de rosa, de taronja, de groc, de verd i de negre, en teixits amb transparències i peces de tall Chanel, en què la il·lustradora Susana López ha deixat també empremta, amb els seus irònics estampats que representen aquestes reines de *l'after sun*.

Més info: [www.kriziarobustella.com](http://www.kriziarobustella.com)

## **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 primavera-estiu 2016, Lebor Gabala presenta “*Urban Folk*”, una col·lecció que estira el fil del boho-chic per sembrar les peces de brodats i creuar referències urbanes amb ètniques i folk. Amb un *divertimento* d'estil, que es recrea en la confusió, les peces barregen elements masculins i femenins, com un coll camiser amb un volant, o una pitrera de *guayabera* amb un ponxo. Tot es qüestiona, es fuig del que és obvi per crear una proposta de peces diferents i, tanmateix, conegudes. Els setanta aporten la seva pinzellada retro en estampats que van de la paret a la tribu, o de la pantalla de l'ordinador a un prat florit. Les ratlles camiseres en popelín s'entrellacen amb altres temes, però no s'obliden de les camises. En el punt, les greques s'alternen amb les ones, mentre que el jacquard oneja sobre les espatlles. Acollidors, els neutres, tan tous i rentats com sempre, aporten el seu toc de calma a una col·lecció que expressa intensament l'alegria de viure.

Més info: [www.leborgabala.com](http://www.leborgabala.com)

## MANUEL BOLAÑO

---

Manuel Bolaño va néixer a Barcelona però es va criar a Galícia. El 2002 es trasllada 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 de moda gallega Noovo de Santiago de Compostela i és seleccionat per participar en el Projecte Bressol de la Generalitat de Catalunya. Des del 2008 presenta les seves col·leccions a la 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 "Cómo reparar un corazón roto".

Sota el títol "*El Diari de una nina Lobo*", Bolaño presenta la seva col·lecció per a la propera primavera-estiu 2016. Com és habitual en el creador, parteix novament d'una premissa poètica, recollida en aquest text: "*Queda't a jugar amb nosaltres, no és dolent ser diferent, no és dolent ser una nena llop a la nit, darrere la lluna. Són les 4 a.m. i no podem dormir. Apagaré tots els llums, les llanternes, els focus, però no les estrelles. Ella fatxendejava, ella es divertia, ella era astuta. Però se sentien llops a prop i l'albada ataronjada i rosada ja no li va brillar més. Corre tan ràpid com puguis i allunya't de mi. Camufla't entre la boira, com si fossis un diamant de pol·len. Però ens vam asseure al costat de Celsa i ella va escriure aquella primera pàgina del 'Diario de una nina lobo'*".

Més info: [www.manuelbolano.com](http://www.manuelbolano.com)

## 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 Moda FAD, 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 a tot Espanya i a l'estranger (Bèlgica, l'Aràbia Saudita, el Japó...). El 1997 obren la seva primera botiga a Barcelona i el 2002 n'obren una altra al barri del Born de la mateixa ciutat. El març del 2006 inauguren una altra botiga al carrer Cuna de Sevilla. Tots els productes Menchén Tomàs es fabriquen íntegrament a Catalunya, per tal de garantir la màxima qualitat en acabats i disseny.

Menchén Tomás presenta per a la primavera-estiu 2016 la col·lecció "*Identitats*". La col·lecció es planteja el repte transformar en el que és masculí, fins aconseguir una aparença radicalment femenina. El punt de partida són peces icòniques de la masculinitat —com la camisa, la caçadora perfecta o els pantalons de cintura alta— de els que sorgirà una silueta de dona. Pel camí s'han arrodonit les espatlles, s'han perfilat les cintures i s'han afegit escots, de manera que allò que és femení comença a despuntar. Per decantar definitivament la balança, és necessari que la roba adquireixi fluïdesa i moviment. Teixits com el *georgette*, els brocats de *lurex* i detalls com els

prisats entaulen un diàleg de tu a tu amb el popelín i el niló tècnic, més propis de la moda masculina. Un cop eliminada la rigidesa, les fronteres entre tots dos gèneres entaulen una relació diferent. La base masculina ha quedat camuflada rere un combinat de textures, formes, colors com el verd aigua o el rosa pal i brodats, la finalitat última dels quals és subratllar la feminitat.

Més info: [www.menchantomas.com](http://www.menchantomas.com)

## **MIQUEL SUAY**

---

Dissenyador valencià, nascut a Xàtiva. Ha estudiat 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 (*Valencia 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 de 14 països.

Prenent com a pretext d'inspiració la cúpula de la sala XX dels Drets humans de l'ONU, Suay presenta la seva nova col·lecció de prêt-à-port masculí per a la primavera-estiu 2016. Obra d'art indiscutible, considerada per alguns com la nova capella Sixtina, simbolitza un mar en moviment, una cova i un missatge d'esperança. Amb aquest punt de partida, el dissenyador visualitza el fascinant entorn cultural que resulta el mar Mediterrani, origen de vida, emissor de cultura i civilització, representada per la considerada primera universitat del món: la Biblioteca d'Alexandria. Aquesta nova col·lecció s'articula entorn als blaus, els blancs, i colors primaris com el groc, el vermell, el verd o el morat, i utilitza lli, cotons brodats, punts de xarxa, sargues elàstiques, popelins i creps. Es proposen peces folgades i confortables, amplis volums en pantalons, T-Shirts i camises, i peces de cotó amb elements estampats, brodats i artesanía de punt de ganxo. Els *outfits* es completen amb sandàlies de cuir i espadnyes de cànem. Una col·lecció de disseny molt pensat, funcional i pràctic, però alhora amb una actitud que experimenta amb textures que, juguen amb els sentits.

Més info: <https://es-la.facebook.com/MiquelSuay>

## **MIRIAM PONSÀ**

---

Míriam Ponsa és diplomada en disseny de moda per la Universitat de Southampton (Regne Unit) 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. Míriam Ponsa dissenya totes les col·leccions al seu taller de Manresa i produeix les col·leccions en tallers catalans. Valors com l'esforç, el treball en equip, l'autenticitat i la recuperació de tècniques artesanals formen part del seu manifest. 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 “*Art Pobre. (Arte Povera)*”, i parteix del concepte *art pobre (arte povera)*, creat el 1967 pel crític d'art Germano Celant i que s'empra per referir-se a un moviment d'artistes que usen materials considerats pobres per provocar la reflexió entre l'objecte i la forma. Aquesta col·lecció és una reflexió sobre el model de consum i una cerca de l'essència de la matèria. Es creen peces artesanals amb cordó de gran diàmetre i goma elàstica. El teler manual és un suport d'experimentació i es treballa també la tècnica de la cistelleria. Els teixits de cotó, lli i seda translúcids són omnipresents a la col·lecció. Es recuperen petites peces metàl·liques, i teixits i cintes de ras que resulten en prisats. Les formes *oversize* es treballen recuperant patrons antics i adaptant-los a l'actualitat. La serigrafia s'utilitza per estampar-hi elements quotidians. El blanc, el negre i diferents tonalitats de cru donen uniformitat al conjunt i rellevància al material.

Més info: [www.miriamponsa.com](http://www.miriamponsa.com)

## **OSCARLEON**

---

Oscar León 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.

Més info: [www.oscarleon.com](http://www.oscarleon.com)

## **PABLO ERROZ**

---

Pablo Erroz és una marca de moda “ready to wear” per a home i dona, fundada el 2012 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 al detall i un sentit del gust refinat, que barreja conceptes clàssics i de modernitat. Des dels seus inicis, la marca ha estat present a diverses 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, a la 080 Barcelona Fashion Week. Erroz ha estat guardonat amb diferents premis al llarg de la seva trajectòria, com el Premi Onda Cero 2014 al disseny, o el premi del Barcelona Designers Collective, comissariat per Georgina Chapman (fundadora de Marchesa) i el prestigiós crític de moda Colin McDowell. També compta amb un gran nombre d'aparicions en la premsa destacada del sector, tant nacional com internacional. Actualment, des del seu estudi de disseny, col·labora activament amb altres marques nacionals i internacionals.

SYMBIOSIS S/S16 és la proposta presentada per a home i dona per a la temporada primavea-estiu 2016. Amb una interpretació personal del referent estètic de la cultura i l'art pop, consta de línies depurades amb diferents jocs de superposicions de ratlles, materials i colors. Beu d'una paleta cromàtica compresa entre colors que van des del *navy*, el celeste i el groc, complementats amb petits tocs de vermell i blanc i dos

estampats que complementen la col·lecció. Els materials passen per piqués, brillants lamé, denim, teixits tècnics, cotons 100%, punt de seda, tricot, viscoses i napes.

Més info: [www.pabloerroz.com](http://www.pabloerroz.com)

## **SITA MURT**

---

La firma Sita Murt està actualment capitanejada per Isabel Esteve. Diplomada en ADE, la seva trajectòria professional està estretament vinculada a l'empresa Esteve Aguilera, on va començar, l'any 1996, al Departament d'Exportació. Des de ben jove, però, va acompanyar la seva mare, Sita Murt, als viatges per tot el món, per buscar noves idees i inspiracions. El seu interès creixent per la moda va dur-la a estudiar a l'Escola d'Arts i Tècniques de la Moda i va començar una nova etapa investigant tècniques de disseny, materials i formes. L'any 2000 es va incorporar al Departament de Disseny, sota la direcció de Sita Murt. Actualment és la directora d'aquesta àrea creativa i coordina un equip de professionals, entre els que destaca Anna Porta, cap de Dissenyadors.

Els volums més sofisticats, a la vegada que bohemis, seran els protagonistes de la nova col·lecció de Sita Murt S/S 2016. El diàleg entre teixits delicats, fluids i rústics, amb fils texturitzats en punt, en serà l'essència. La investigació sobre nous jacquards amb reminiscències tribals i ètniques ens portarà a un camp ple de noves textures i colors. La feminitat més pura com a punt de partida, on les siluetes emmarquen des dels més profunds anys 70 fins a l'actualitat.

Més info: [www.sitamurt.com](http://www.sitamurt.com)

## **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*.

Més info: [www.tcn.es](http://www.tcn.es)

## **TXELL MIRAS**

---

Txell Miras és llicenciada en Belles Arts per la Universitat de Barcelona. Compta amb marca pròpia des del 2004. Treballa per a la línia femenina de Neil Barrett des del 2003. 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.

La col·lecció de Miras per a la propera primavera-estiu sorgeix de l'intent de minimalitzar l'estètica militar, ja sigui a través de la descontextualització dels materials o de la funcionalitat de les peces. No es tracta de modernitzar l'estètica militar, sinó de desubicar ítems i detalls que es poden identificar o reconèixer com a propis d'un món uniformat, com els botons, els cinturons o les motxilles. També els volums de pantalons, faldilles, jaquetes o unes mànigues molt exagerades poden generar unes siluetes que suggereixen aquest món. Es podria definir com un militarisme minimalitzat. Com a complements, les botes transformades en sandàlies també invoquen una dualitat entre elegància i marcialitat. El ventall cromàtic evoluciona del blanc al negre, passant pel verd militar i una barreja de grisos. Els teixits són el cotó, neoprè, viscosa, setí, crepè, *stretch jersey*, pelfa i polièster, i els colors, el blanc, *off-white*, negre, perla, militar, *dark navy*, *navy* i gris.

Més info: [www.txellmiras.eu](http://www.txellmiras.eu)

## b. Marques

### **ALDOMARTINS**

---

Núria Bisbal neix a Igualada, ciutat amb una 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.

La firma presentarà a la propera edició del 080 la col·lecció ARTRISTY. Dibuixos, jacquards i estampats, leitmotiv de la firma, es barregen per obtenir com a resultat una col·lecció hiperfemenina i sensual, amb un toc místic i bohemí. Aquesta col·lecció, amb reminiscències tribals, és una evolució de la col·lecció d'Aldomartins AW12/13, però portada a la calor de l'estiu. Colors gastats i tons terra neutres estan aparellats amb colors aquàtics més sofisticats, com el verd Amazones i el corall, amb accents de colors com el blau elèctric, el vermell òxid i els ocres, creant una paleta alternativa d'inspiració retro amb influències culturals diverses.

Més info: [www.aldomartins.com](http://www.aldomartins.com)

### **BCN BRAND**

---

A Pablo Caralps, nascut a Barcelona fa 43 anys, economista de formació, des de ben petit li ha agradat el món de la creativitat i del disseny. A més, és un apassionat de la ciutat de Barcelona. Ja fa uns anys que ha unit les seves dues passions a BCN Brand, marca de roba i de calçat inspirada en la ciutat de la qual utilitza el nom.

Les propostes de BCN Brand per a la propera primavera-estiu 2016 es veuran a la passarel·la del 080 en la col·lecció *Strollin' Barcelona*. BCN Brand s'inspira en la ciutat de Barcelona, en allò que la ciutat evoca als seus creadors: color, vida, alegria i, sobretot, sensació d'estiu etern. En aquesta col·lecció, més que mai, l'estiu i els colors



de la ciutat, juntament amb petits tocs modernistes traslladats a teles, queden impregnats en els dissenys. Aquests estan destinats a persones amb actitud fresca, desenfadada i divertida, però alhora amb criteri, cosmopolita i amb estil. Amb ganes de gaudir d'una passejada com a *nonchalance*, de fruitar de l'entorn sense un destí fix on arribar... Strollin' Barcelona.

Més info: [www.bcnbrand.com](http://www.bcnbrand.com)

## **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 en dia Bóboli és present a més de 1.500 punts de venda en més de 50 països i, a Espanya, compta amb 50 botigues exclusives.

Amb aire retro i inspiració tropical, la proposta de Bóboli —Tropical Paradise— per a la Passarel·la 080 ens trasllada a les platges de Miami i a tota l'estètica dels anys 50, en què l'aire esportiu es barreja amb una estètica molt coqueta i amb molt de color. Les coquetes patinadores, amb les seves cintes als cabells i els seus mitjons llargs, vesteixen una moda fresca i actual, amb multitud d'estampats i de llistats que hi aporten molta riquesa. Per als nens, també molt de color, però amb un aire júnior i atrevit.

Més info: [www.boboli.es](http://www.boboli.es)

## **CND by CÓNDOR**

---

Cóndor és una marca catalana que data de 1898 i és un referent en calceteria. Des de fa 8 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. Marca compromesa amb el benestar i la comoditat dels nens. Col·leccions dissenyades i fabricades a Barcelona. Actualment, té 4 botigues pròpies i 5 franquícies, treballa amb més de 3.000 clients multimarca a Espanya, i té com a principals mercats exteriors la Unió Europea, la Xina, els Estats Units, l'Amèrica Central i del Sud, el Japó i la Unió dels Emirats Àrabs.

"Holidays" és la proposta de Cóndor per a la propera temporada primavera-estiu. La firma s'inspira en aquestes vacances que tots els nens i nenes esperen per anar a la platja, al camp, per viatjar, per jugar... Per divertir-se, en definitiva. A "Holidays" no falta l'ambient mariner, amb els *navy*, els blancs i els vermells, amb teles suaus, els *voiles* de cotó, en els llisos i també en els estampats, tant per a les nenes com per als nens. La col·lecció inclou també els denim, però aquesta vegada amb teixits fins i suaus, estampats en punt i en *voile*. Per a les nenes, teixits perforats i brodats en cotons amb dibuixos de filigrana en blancs nata, molt més trencats, amb rosetes empolsades molt elegants. El lli barrejat amb cotó fa que les peces més senzilles es converteixin en peces elegants amb formes asimètriques o desiguals. Els tons de la papaia i el *limoncello* donen llum a la col·lecció. També s'inclouen peces retro, amb



estampats de floretes en cotons quasi transparents, prisats en tons pastel, detalls de niu d'abella amb lleugers brodats, i flors grans molt acolorides amb els buguenvílies i els verds de l'herba. Per als nens, camises llargues, colls *mao* amb gran obertura, popelins de cotó i pantalons estrets de molts colors. Els polos i les samarretes blau cel o vainilla més suaus, o els alegres papaia, verd herba o gerani, combinen amb pantalons curts i bermudes en marí, corda, marbre o lli.

Més info: [www.condor.es](http://www.condor.es)

## 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, no solament van descobrir nous paisatges, sinó que també les més variades manifestacions artístiques, culturals i filosòfiques. Els va colpir especialment 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. Una innovadora moda plena de color que 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 i van aprendre tot el possible sobre tècniques d'impressió i els seus acabats, amb una atenció particular a l'àrea del 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 suggereix una forma concreta de veure la vida. Una manera de veure la vida que s'expressa en col·leccions per a dona i home.

En el marc de la passarel·la 080, Custo Barcelona presentarà una "primera mirada" de la col·lecció primavera-estiu 2016 per a home i dona.

Més info: [www.custo.com](http://www.custo.com)

## 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, compta amb una presència al món de 475 botigues de venda al detall, 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.

La firma presentarà a la passarel·la 080 Barcelona Fashion, les propostes per a dona per a la primavera-estiu 2016.

Més info: [http://www.desigual.com/es\\_ES](http://www.desigual.com/es_ES)

## ESCORPION

---

Fundada el 1929, Escorpion va revolucionar la moda de punt i va reinventar una dona lliure, elegant, femenina i amb actitud. Fins al dia d'avui, l'equip creatiu ha sabut barrejar amb exquisidesa i contemporaneïtat el *savoir-faire* de la casa, adaptar-se a les tendències marcades per la moda i aconseguir un estil propi.

Sybille Horaist va néixer i créixer a París. 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 primavera-estiu 2016 la col·lecció "Rooftop Garden" La nova col·lecció d'Escorpion s'inspira en els jardins urbans, oasis ubicats als terrats dels edificis alts. La protagonista de la col·lecció és una dona cosmopolita, apassionada pel paisatgisme, que busca l'harmonia entre la natura i la ciutat. La combinació de la rusticitat dels teixits naturals es nodreix d'una pluja anyil de la qual sorgeixen brots de color.

Més info: [www.escorpion.com](http://www.escorpion.com)

## **LUPO BARCELONA**

---

La firma LUPO Barcelona treballa amb passió pel detall. Els caracteritza la devoció per la qualitat, la innovació en el disseny i la cura de cada peça en tot el procés. Compta amb fàbriques pròpies, que permet un control i gestió totals del producte. La creació d'una col·lecció de roba que completi l'estil de la dona LUPO és el nou repte d'expansió de la marca. Lupo és una empresa familiar creada al 1920 i originàriament dedicada a la fabricació de baguls i bosses de viatges. Actualment, Lupo Barcelona compta amb nombrosos punts de venda en botigues multimarca a 17 països, i amb una *flagship store* a Passeig de Gràcia, a més d'altres dues botigues més a Barcelona, una franquícia Reus, un outlet a la Roca i corners a El Corte Inglés.

Per a la temporada Primavera-Estiu 2016, Lupo Barcelona presenta la seva primera col·lecció de *prêt à porter*, "Mediterranean Summer Weekend" on interpreta la feminitat amb reminiscències dels anys 70, mantenint en cada peça l'ànima de la Barcelona més cosmopolita. En la seva estrena, Lupo Barcelona aposta per una línia fluida, amb teixits versàtils que s'adaptin a diferents combinacions per a cada moment del dia; busquem vestir la dona LUPO, des del matí, amb un estil esportiu i urbà, fins a una nit d'esperit bohòchic. S'utilitzen innovadors teixits que aporten lleugeresa i frescor a peces avantguardistes. Colors de tons anyil, amb contrastos de cítrics i combinacions de lavanda, es converteixen en maxivestits, pantalons *culottes* i americanes, que evolucionen per donar moviment i elegància a cada moment.

Més info: [www.lupobarcelona.com](http://www.lupobarcelona.com)

## **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 108 països. És la segona empresa exportadora de moda d'Estat 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 a home i dona per a la tardor-hivern 205/2016.

Més info: [www.mango.com](http://www.mango.com)

## NAULOVER

---

Des de la seva creació, al 1957, Naulover sempre ha apostat per no deslocalitzar la seva producció. Artesà i d'avantguarda, aposta per una dona elegant i una roba de qualitat, còmoda i versàtil. 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. Disposa d'una botiga en línia i de *flagship Store* al carrer del Rosselló, a Barcelona. Botigues a El Corte Inglés, als magatzems Pyrénées, a Andorra, i als magatzems Coin, a Itàlia. Un 25% de la seva producció anual és exportació. Naulover ha incrementat un 31% les seves vendes el 2014.

La firma presenta la col·lecció "*Afrodizzia*" per a la primavera-estiu 2016. Els colors del desert, combinacions extremes que barregen punt, seda, viscosa i raió. Estampats florals i geomètrics que enalteixen la bellesa de la tribu. Línies envoltants que marquen volums inesperats i abracen el cos de dones girafa. Siluetes que floten sobre una tempesta de sorra.

Més info: [www.naulover.com/shop](http://www.naulover.com/shop)

## PUNTO BLANCO

---

Punto Blanco es dedica a la fabricació de mitjons d'alta gamma des de 1948, i és present als mercats internacionals des de 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, han fet evolucionar la roba interior, passant d'ésser una *commodity* oblidada a ser un producte actual, al qual s'exigeixen unes característiques de patronatge i de disseny que el converteixen en l'actor principal del món de la moda. Són líders del sector en el món dels mitjons i ofereixen una col·lecció específica per a cada situació, amb materials de primera qualitat i tecnologia punta, per proporcionar al mercat mitjons i roba interior que satisfacin l'usuari més exigent.

La firma presenta la col·lecció "*Holiday Dreams*" per la primavera-estiu 2016. La col·lecció s'inspira en el bon temps i els somnis que suggereix: temps de viatjar cap a platges meravelloses, paisatges plens de llum i oceans blaus. Tots aquells racons de luxe que conviden a la relaxació, al plaer de gaudir del temps, però també a assaborir les activitats d'oci. La proposta de Punto Blanco per a aquesta temporada omplirà la

maleta d'aquest viatger amb una gamma de colors i d'estampats que reflecteixen cada un d'aquests llocs i l'acompanyaran en cada un dels seus somnis.

Més info: [www.puntoblanco.com](http://www.puntoblanco.com)

## **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 avui 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) i Düsseldorf (Supreme).

La firma proposa per a la primavera-estiu 2016 la col·lecció "*Moments*". Amb aquesta col·lecció, la firma fa un fort treball d'interiorització i redefinició de l'univers Torras. La proposta d'estiu 2016 és una col·lecció elegant —amb línies pures i netes amb petits tocs picants que trenquen la rigidesa clàssica—, vital —perquè és una col·lecció per a ser viscuda, per a gaudir en tot moment, còmoda i versàtil— i seductora —amb matèries que s'adapten com una segona pell—.

Més info: [www.torras.com](http://www.torras.com)

## **WOM & NOW**

---

W O M & N O W és una empresa de moda dedicada al disseny i a la confecció de peces urbanes en clau deluxe; una fórmula que sedueix milions de dones. Peces de tall perfecte, que imprimeixen cert *allure* i que al mateix temps són còmodes de portar. Amb més de 50 anys d'experiència professional, la firma impregna de creativitat cadascuna de les seves peces i aconsegueix així, que cada dona se senti única i especial en cada moment del dia. Peces inèdites a partir de les teles més exclusives, línies pures i quasi arquitectòniques, talls exquisits, siluetes perfectament delineades i originalitat en els detalls. Una tradició que es renova en cada temporada i col·lecció, sempre sota els paràmetres i les tècniques del sartorial més refinat, rigorós, funcional i innovador. Les seves col·leccions estan dissenyades per a dones dinàmiques, cosmopolites i exigents, que reinterpreten els seus *outfits* quotidians a través de peces i d'accessoris de silueta impecable, altes dosis de feminitat i amb un twist contemporani.

La firma presentarà a la passarel·la 080 la col·lecció "Côte d'Azur". La Costa Blava no és només luxe en el sentit estricte de la paraula; la Costa Blava també és el lloc on posar-se una camisa blanca, deixar que els cabells s'assequin amb l'aire i jugar a fer fotografies una mica absurdes, sense més ni més, com Jane Birkin.

Més info: [www.womandnow.com](http://www.womandnow.com)

## **YERSE**

---

Fundada l'any 1964 per Lluís Generó i Domenech, i basant la seva producció en els jerses 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. 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 (High Summer/ Special Edition). Un total de més de 600 referències, que es venen en més de 1.500 punts de venda de tot el món.

La firma presenta la col·lecció "Nobody's Road" per a la primavera-estiu 2016. Les creacions Yerse SS16 dibuixen nous traçats que esquiven la monotonia. Conviden a desconnectar de tot i a connectar amb la pròpia essència. Perdre's per trobar-se en un estiu carregat de color, en què no existeixen els límits. Motius safari camuflats enmig de la ciutat. La bohèmia dels 70 reinterpretada en estampats silvestres. Simplicitat mediterrània bategant a cada disseny. Un retorn a les arrels a través de formes pures. Motius geoètnics que es repeteixen com un mantra calidoscòpic. Autenticitat i optimisme.

Més info: [www.yerse.com](http://www.yerse.com)

### c) Calendari

#### ■ Dilluns, 29 de juny de 2015

20:30h MANGO (\*)

#### ■ Dimarts, 30 de juny de 2015

11:00h ISOMETRIC - BLAME LABEL  
 12:30h LEBOR GABALA - TXELL MIRAS  
 14:00h TCN  
 16:00h MIRIAM PONSA  
 17:30h JOSEP ABRIL  
 19:00h SITA MURT  
 20:30h DESIGUAL (\*)

#### ■ Dimecres, 1 de juliol de 2015

11:00h WOM & NOW - YERSE  
 12:30h PABLO ERROZ - KRIZIA ROBUSTELLA  
 14:00h GUILLERMINA BAEZA  
 16:00h ESCORPION  
 17:30h CELIA VELA  
 19:00h BRAIN & BEAST  
 20:30h CUSTO BARCELONA (\*)

#### ■ Dijous, 2 de juliol de 2015

11:00h GEORGINA VENDRELL – EDGAR CARRASCAL  
 12:30h COMO UN PEZ EN EL AGUA - ALDOMARTINS

14:00h	PUNTO BLANCO – MIQUEL SUAY
16:00h	NAUOVER
17:30h	JUSTICIA RUANO
19:00h	MANUEL BOLAÑO
20:30h	MENCHÉN TOMÁS

### ■ **Divendres, 3 de juliol de 2015**

11:00h	OSCARLEON - CARLOTAOMS
12:30h	BCN BRAND - TORRAS
14:00h	LUPO BARCELONA
16:00h	<i>Acte Lliurament Premis 080 Barcelona Fashion</i> CND BY CÓNDROR - BÓBOLI

(\*) *Desfilades que requereixen invitació de la firma.*

El dia de cloenda, la passarel·la 080 passarà el relleu a la desfilada de MODAFAD (18h.)

### 3.- Premis de la Generalitat de Catalunya 080 Barcelona Fashion

#### → **Divendres, 3 de juliol a les 16 h. Passarel·la 080 Barcelona Fashion. Estadi Olímpic Lluís Companys**

Com ja es va avançar en l'anterior edició, la voluntat del 080 és distingir el talent en el sector de la moda. En la passada edició del certamen, el premi 080 va focalitzar la seva aposta en potenciar el talent emergent i el guardó es va adreçar als creadors emergents.

En la 16ena edició, que ara comença, es mantindrà aquest reconeixement als dissenyadors novells, i s'incorpora un nou guardó. Així doncs, en aquest 080 es lliuraran dues distincions: el Premi Nacional de la Generalitat de Catalunya al disseny emergent 080 Barcelona Fashion, i el Premi Nacional de la Generalitat de Catalunya a la Millor Col·lecció primavera-estiu 2016 080 Barcelona Fashion.

#### **a) Premi Nacional de la Generalitat de Catalunya al disseny emergent 080 Barcelona Fashion**

L'objecte del premi, dotat amb 12.000 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.

Optaran aquesta categoria: BLAME LABEL, COMO UN PEZ EN EL AGUA, Edgar Carrascal, Georgina Vendrell, ISOMETRIC, Pablo Erroz i CARLOTAOMS.

#### **b) Premi Nacional de la Generalitat de Catalunya a la Millor Col·lecció primavera-estiu 2016 080 Barcelona Fashion**

L'objectiu d'aquest premi és donar suport als dissenyadors, per valorar-ne la creativitat de la col·lecció, el talent del dissenyador i la visió comercial de la marca. Opten a aquesta distinció els dissenyadors i marques de moda que desfilin a la present edició de la passarel·la, que comptin amb un establiment operatiu a Catalunya o bé d'àmbit estatal, que tinguin una facturació superior als 50.000 euros i inferior als 2 milions d'euros o bé 4 col·leccions comercialitzades,

El premi consisteix en la participació directa a l'edició de gener de 2016 del 080 Barcelona Fashion, de forma gratuïta. Com en l'altra categoria, el guanyador serà escollit per un jurat professional que valorarà en la seva decisió el disseny i creativitat de la col·lecció, la qualitat de la col·lecció i el potencial comercial de la col·lecció.

Opten a aquesta categoria: Menchén Tomás, Manuel Bolaño, Guillermina Baeza, Miriam Ponsa, Josep Abril, Celia Vela, Brain&Beast, Justicia Ruano, Txell Miras, Lebor Gabala, Krizia Robustella, Oscarleon i BCN BRAND.

#### **4.- 39a edició de MODAFAD: MODAFAD FASHION AWARDS**

##### **→ Divendres, 3 de juliol, a les 18 hores, espai passarel·la 080 Barcelona Fashion. Estadi Olímpic Lluís Companys**

La passarel·la de dissenyadors de moda emergents presenta la seva 39ª edició, el 3 de juliol, a les 18.00 h, els Modafad Fashion Awards "Projecte T 2015", en el marc de la 080 Barcelona Fashion Week. Cada edició del projecte "T" està dedicada a la presentació conjunta dels millors projectes de final de carrera de les escoles de disseny de moda del país. El projecte "T" aplega, en un sol esdeveniment, les millors tesines de final de carrera dels alumnes de disseny de moda, i presenta una desfilada conjunta, on un jurat internacional escull el millor dissenyador (Modafad Or), la millor col·lecció (Modafad Plata) i la Menció de l'any.

En aquesta edició, el Jurat dels Modafad Fashion Awards està format per Christophe Durand (Creative Director MONTIBELLO Switzerland), Philippe Pourhashemi (Fashion Consultant Brussels), Barbora Buranova (Adidas Design Director), Juan Vidal (Fashion Designer) i Vicente Ferrer (Editorial Manager at i+D).

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. L'activitat de Modafad consisteix en la projecció internacional dels joves emergents; potenciar la interdisciplinarietat, impulsar el concepte de



dissenyador/empresari i fomentar la relació entre les escoles de disseny, els joves dissenyadors, els mitjans de comunicació especialitzats i la indústria.

Més info: [www.modafad.org](http://www.modafad.org)

## **5. 080 Fashion Investor Day**

→ **Dimecres, 1 de juliol. De 11 a 14 h. Auditori Estadi Olímpic Lluís Companys.**

El 080, juntament amb la xarxa d'Inversors Seed&Click, impulsen la 1a edició del Fòrum d'Inversió Internacional de la Indústria de la Moda. Aquest fòrum d'inversió — 080 Fashion Investor Day— té l'objectiu de donar suport i potenciar iniciatives emprenedores, i incubar projectes nous de la indústria de la moda i constituir un ecosistema a Barcelona enfocat a l'àmbit internacional.

Aquesta primera edició del Fòrum d'Inversió està orientada a startups ja constituïdes, en fase inicial de comercialització o en fase de testeig, que desenvolupen projectes en algun dels següents àmbits: app mòbils, internet, producte, màrqueting (geolocalització, anàlisi del consumidor, publicitat, neuomàrqueting, fidelització del client, experiència del client, personalització...), nous serveis de negoci/ingressos, distribució, logística, publicitat, sostenibilitat, disseny, tecnologia, “big data”, “wearables”, teixits intel·ligents i xarxes socials.

Un total de 47 projectes emprenedors s'han presentat a la convocatòria, que es va tancar el passat 12 de juny. D'entre els projectes presentats, se seleccionaran 10 finalistes que participaran en les trobades amb inversors internacionals el proper 1 de juliol, en el 080 Barcelona Fashion Investor Day.

Els finalistes presentaran els seus projectes en format *Elevator Pitch* (5 min.) davant del jurat d'experts i de l'auditori d'inversors. Per tal de preparar les seves presentacions, els finalistes rebran una formació de 10 dies a càrrec d'ESADE, on se'ls oferiran les eines necessàries per a preparar les presentacions de la forma més adequada.

A banda del finançament que els projectes puguin aconseguir en el marc del Fòrum d'Inversió, un jurat d'experts atorgarà a un dels 10 finalistes un premi valorat en 150.000 euros. Concretament, el projecte guanyador rebrà:

- ❖ Per part de de l'agència de creativitat **Mc Cann**, una campanya de publicitat valorada en 40.000 euros. Aquesta campanya inclourà la definició de l'estratègia de comunicació i el desenvolupament del concepte creatiu i “claim” de la marca.
- ❖ Per part del bufet d'advocats internacional **Baker & McKenzie**, un pack de 6h d'assessorament en las àrees que cobreix el bufet (mercantil, fiscal, laboral, propietat intel·lectual, contenciós, protecció de dades, etc.).
- ❖ Per part del grup editorial **Grupo Zeta**: Media for Equity y difusió amb entrevistes, notes de premsa en diferents mitjans del Grupo Zeta segons estratègia del pla de comunicació acordat.
- ❖ Per part de **WGSN** (companyia global de predicció), s'atorgarà al guanyador del concurs una subscripció a WGSN vàlida per 6 mesos.

- ❖ Per part d'**ESADECREAPOLIS i ESADE Entrepreneurship Institute**: 3 mesos a l'espai co-working ESADECREAPOLIS (inclou la comunitat virtual) i visibilitat del projecte, descompte igual al dels alumni si, posteriorment, es decideix a unir-se a esadecreapolis. Valorat en 1.500€.

El jurat està format per Enric Jové, CEO de McCann WG Barcelona i CIO de McCann WG España; Fernando Maudo, director general per a Espanya de vente-privee.com; Isabel Mesa, Country Manager Spain & Portugal WGSN; Luis Lara, soci-director de la consultora RETALENT, Senior Advisor de KPMG i professor associat a ISEM Fashion Business School – Universidad de Navarra; Samuel Martínez, director de Vertical Retail a Facebook, i Myriam Serrano, redactora en cap de la revista Woman.

Aquesta iniciativa compta amb el suport d'empreses i entitats privades. Com a partners destaquen Grupo Zeta, Mc Cann i Correos. Com a sponsors Barcelona Activa, Baker&McKenzie, Esade Creapolis i WGSN. I com a col•laboradors Toté Vignau, BAU, ESDI, Hotel Omm, UOC, Wayra, Lanzadera, Mobile Word Capital, AEBAN

La jornada comptarà amb les ponències de dos experts, Kim Mannino, de WGSN, i Samuel Martínez, de Facebook.

Més info: [www.080barcelonafashion.cat](http://www.080barcelonafashion.cat)

## **6.- ACTIVITATS PARAL·LELES**

### **a) Presentació “Skull Rider”, de Jorge Lorenzo**

**→ Dimarts, 30 de juny a les 11:30 h. Estadi Olímpic Lluís Companys**

El pilot de motos GP Jorge Lorenzo serà present en aquesta edició del 080 Barcelona Fashion per presentar la seva nova marca “motera” Skull Rider. El pilot inicia aquesta aventura professional en el món de la moda amb una línia de samarretes i d'ulleres de sol.

En la presentació, Lorenzo estarà acompanyat dels models que han protagonitzat la campanya publicitària, Desirée Cordero i Javier De Miguel.

### **b) Texmeeting by TEXFOR**

**→ Dimarts, 30 de juny a les 13 a 19 h. Auditori Estadi Olímpic Lluís Companys**

La Confederació de la Indústria Tèxtil, TEXFOR, torna a organitzar en el marc del 080 Barcelona Fashion una nova edició de TEXMEETING by Texfor, el punt de trobada anual del sector tèxtil, on crear debat, donar solucions i generar *networking*.

Inspirats per la cita de Gandhi: “*You must be the change you want to see in the world*”, en la seva 3a edició, Texmeeting analitzarà les metodologies innovadores que transformen i generen nous models de negoci, que aposten per la millora de la competitivitat fonamentada en la col•laboració personal i empresarial. En anteriors

edicions, les jornades Texmeeting han comptat amb la participació de més de 150 professionals entre empresaris, dissenyadors, mitjans de comunicació i estudiants del sector.

Més info: <http://texmeetingbytexfor.com/inscripciones/>

### **Programa**

- ✚ 13h. Acreditacions  
*(dinar a peu dret)*
- ✚ **14:15 h. Conferència sobre “Co-innovació i Creixement Empresarial”,** a càrrec de fundador i president d’Infonomia, Alfons Cornella
- ✚ **15:00 h. Taula rodona: “L’èxit del canvi”,** amb presentació de casos pràctics de com la innovació aplicada a diferents àmbits ha generat millora de resultats i de la competitivitat.  
*(coffe break)*
- ✚ **16:45 h. Taula rodona: “Cap a un model àgil de gestió”** on s’analitzarà el reptes que suposen per a les empreses els nous models de gestió impulsats per les TIC i basats en la iteració, l’autonomia i el treball col·laboratiu.
- ✚ **18:15 h. Conferència “Tendències tèxtils de futur”** a càrrec del director general d’Euratex, Francesco Marchi, que analitzarà les principals tendències tèxtils i les diverses aplicacions.
- ✚ **19:15 h. Cloenda de la Jornada, a càrrec de la Generalitat de Catalunya.**

### **c) Jornada de MODACC, el Clúster Català de la Moda i el Tèxtil**

→ **Dimecres, 1 de juliol. De 17 a 19 h. Auditori Estadi Olímpic Lluís Companys**

En el marc de la propera el 080 Barcelona Fashion, el Clúster Català de Moda i Tèxtil MODACC organitza la jornada “*El Multimarca està de moda*”, on professionals de sector reflexionaran sobre els reptes i oportunitats dels canals de comercialització multimarca en el sector tèxtil.

La saturació de l’oferta monomarca, les oportunitats que ofereix la venda online i les possibilitats d’adreçar-se als consumidors segons el seu estil de vida obren oportunitats a botigues multimarca, capaces d’aprofitar aquestes tendències de canvi en el consum de moda. En la jornada intervindran directius i de propietaris de cadenes multimarca de prestigi reconegut, per oferir la seva visió sobre el multimarca del futur i els ingredients d’èxit de les seves botigues. Així mateix, en la jornada es donaran a conèixer dades de l’evolució del comerç tèxtil a l’Estat, de la mà de l’associació CECOTEX.

### **d) NEO2 Photo Shoot Contest**

→ **De dilluns, 29 de juny al divendres, 3 de juliol al village 080. Estadi Olímpic Lluís Companys.**

Com al juliol de 2014, la 16ena edició del 080 Barcelona Fashion acollirà una nova edició d'aquest concurs que es convoca un cop a l'any, on alumnes d'estilisme de les escoles de disseny de moda i d'escoles de fotografia competiran per realitzar el millor reportatge. Les sessions de fotografia es faran en viu des d'un plató que es muntarà al village del 080. Un jurat format per professionals de la revista patrocinadora, Neo2, escollirà el reportatge guanyador que es publicarà a la revista. El jurat estarà integrat per l'editor de Neo2, Ramón Fano; pel fotògraf, José Morraja; i per l'estilista, Juan de Juanas.

Per a la realització dels reportatges a competició, models masculins i femenines — cedits per l'agència Francina—, posaran amb estilismes de dissenyadors i marques del 080, com BRAIN&BEAST, Celia Vela, ISOMETRIC, OSCARLEON, RITA ROW i Who.

Les escoles que participen en el concurs són: IDEP BARCELONA Escola Superior d'Imatge i de Disseny; Felicidad Duce\_Escola Superior de Disseny LCI Barcelona; ESDI Escola Superior de Disseny; Institut Català de la Moda (ICM); LLOTJA Escola Superior de Disseny i Art; IED Escola Superior de Disseny; ILLA\_Escola d'Art i Disseny; Bau Centre Universitari de Disseny de Barcelona; Elisava Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona; Grisart Escola Superior de Fotografia; IEFC - Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya; St Ignasi – Estudis Professionals Jesuïtes Sarrià; Escola d'Art i Superior de Disseny Serra i Abella.

## **6.- El Village del 080**

El village del 080 es consolida, edició rere edició, com l'espai on el certamen s'obre el públic en general, i conflueixen professionals i visitants. És una zona de lliure accés, oberta als visitants, que podran accedir-hi descarregant la invitació a través del web del 080. Comptarà amb una programació de música en viu, i es podran seguir les desfilades des de pantalles gegants.

Per poder accedir a l'Estadi Olímpic, a banda de l'accés per les escales mecàniques, s'han habilitat llançadores gratuïtes, que connectaran plaça Espanya amb l'entrada de l'Estadi Olímpic. Així mateix, hi ha pàrquing gratuït (àrea G) per als visitants que utilitzin vehicle privat.

### **a) 080 Fashion Market**

→ **Del 30 de juny al 3 de juliol d'11 a 22:30 h. Village 080. Estadi Olímpic Lluís Companys.**

En aquesta edició, la zona tornarà a acollir els estands de patrocinadors i sponsors, el plató del **080 TV Channel**, i les diferents activitats paral·leles. En aquesta zona, s'instal·larà l'espai comercial del 080 Barcelona Fashion, el **080 Fashion Market**, que donarà cabuda a més d'una quarantena de botigues efímeres (*Pop-Up Stores*) de moda, calçat i complements que aprofitaran als visitants les col·leccions més avantguardistes.

En aquesta edició, les escoles de moda i disseny tornaran a disposar d'un espai propi al 080 Fashion Market. Un total de 10 escoles comptaran amb estands dins la zona

comercial on alumnes i antics alumnes, exposaran i comercialitzaran seus dissenys. Les escoles participants són:

ESCOLA	DISSENYADORS
BAU Centre Universitari de Disseny de Barcelona	Raquel Perichaco, Pilar Torre, 00001, Marta Pujol
Escola de la Dona	LIZARTESCOBAR, TEÓFILO, BIRD APRONS, CAÑAVATE BARCELONA
Felicidad Duce, Escola Superior de Disseny de Moda de LCI Barcelona	CARLOTAOMS
Escola Superior de Disseny ESDi	BET Barcelona, Silvia Fadó, KNOCK, SAH SAMY
ICM Institut Català de la Moda	Fatima Dipp, Marta Prat, Perfectly Imperfect, Máximo Pronio
IDEP Barcelona, Escola Superior d'Imatge i Disseny	4657 MILES, SAUQUÉ BARCELONA
IED Barcelona Escola Superior de Disseny	MARTIN ACROSS, SUSHCHENKO
ILLA Escola d'Art i Disseny	KRIDA SPORT
LLOTJA Escola Superior de Disseny i Art	ZAGV, Ñee•, Claudia Himalaya
Institut La Garrotxa	AYSHA ZREIKA, Nobale Kids, MOMONHUSTA, Flor de Tina

#### b) Àrea “Street Food”

- ➔ **De dimarts, 30 de juny a dijous, 2 de juliol. De 11 a 22:30 h. Village 080. Estadi Olímpic Lluís Companys**
- ➔ **Divendres, 3 de juliol, de 11 a 20 h. Village 080. Estadi Olímpic Lluís Companys**

Així mateix, la 16ena edició del 080 Barcelona Fashion estrena una nova àrea de “Street Food”. En el 080 Fashion Market i envoltats de botigues efímeres, i dels estands dels patrocinadors, s'instal·laran 7 *food trucks*, que oferiran la seva oferta gastronòmica als visitants del 080. La zona s'habilitarà amb una zona de pícnic on poder seure i descansar.

#### c) “Art in Motion Project”, de la Fundació Cuixart i AV-DROP

- ➔ **Del dimarts, 30 de juny al divendres, 3 de juliol. Village 080. Estadi Olímpic Lluís Companys.**

Els pinzells de Cuixart seran presents a la 080 Barcelona Fashion amb “Art in Motion Project”. De la mà del premi “Pinzell de Cuixart” promogut per la Fundació Cuixart i AV-DROP arriba aquesta iniciativa que serà present a l'entorn del 080 Fashion Market, al village. Per aquesta ocasió, Art in Motion exhibirà unes estructures cúbiques dissenyades per suportar teles de gran format (2,70 mts x 3,5 mts), pintades per quatre artistes urbans premiats enguany i candidats al Pinzell 2016 com Meibol, Zosen, J.Loca, Kram, Btoy, Eledu o Fasim. Així mateix, l'estand de Art in Motion

acollirà les col·leccions que alguns d'aquests artistes d'street art treballen en el camp de la moda i el disseny.

Promogut per la Fundació Cuixart i l'empresa A-drop, Art in Motion és una plataforma que té com a objectiu captar artistes autòctons, i esdevenir una eina per potenciar talent. Els artistes que hi participen són candidats al Pinzell 2016, i les seves creacions es mostren de forma itinerant per diferents ciutats. A cada ciutat on recalen, 4 artistes representatius de l'escena de l'Street Art local són convidats a realitzar una obra de gran format. Al 2016, es presentarà una gran col·lecció amb les diferents obres creades en el marc d'aquesta experiència creativa.

#### **d) Programació musical**

→ **De dimarts, 30 de juny a divendres, 3 de juliol. Village 080. Estadi Olímpic Lluís Companys**

Durant els dies de celebració del 080, la zona village, oberta al públic, comptarà amb animació musical. Amb un escenari instal·lat al centre del 080 Fashion Market, hi ha prevista una completa programació musical, amb dj i actuacions en directe.

#### **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](http://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.

En la darrera edició, celebrada al gener-febrer, la web del 080 Barcelona Fashion va generar més de 44.000 visites. La xifra és superior a la registrada a l'edició del juliol passat (29.010) tot i que aquesta edició ha tingut una duració inferior. En total s'han vist 682.338 pàgines. Pel que fa als usuaris, després de les visites de Catalunya i de la resta de l'estat, destaquen les visites de països com França, Regne Unit, Alemanya, Estats Units i Mèxic, entre altres.

Pel que fa a les xarxes socials, actualment el nombre de seguidors a Facebook és de 64.200 (+39% respecte el tancament de l'anterior edició). A Twitter, la xifra se situa en els 21.400 (+5,7% respecte el tancament de l'anterior edició), i a Instagram, els seguidors comptabilitzats sumen 18.200, amb una pujada de 8,8%, respecte el tancament de la passada edició.

El web tornarà a estar disponible amb la informació actualitzada de la present edició, a partir d'avui mateix. També es podrà consultar a través de smartphones, amb totes les seccions habituals del web.

#### **8.- Patrocinadors i sponsors de la 16ena edició del 080 Barcelona Fashion**

En aquesta setzena edició, el certamen torna a comptar amb el suport de MORITZ, que continua donant suport a la moda catalana i a Catalunya. També són

patrocinadors Renault (vehicle oficial), Redken (perruqueria oficial), Lavazza (café oficial), Solan de Cabras (aigua oficial), Codorniu (amb Anna de Cordorníu), La Roca Village, Movistar (partner tecnològic), i Rowenta (plantxat oficial). Són col·laboradors: Cacaolat, Mac (maquillatge oficial), CND Beauty (manicura oficial), MyTaxi (transfers) i Olympus-Pen i Slazenger (uniformes d'hostessos i hostesses).

***Per a més info i acreditacions dels mitjans: [www.080barcelonafashion.cat](http://www.080barcelonafashion.cat)***