

080 BARCELONA FASHION WEEK

APRIL, 5—8

**MUSEU D'ART CONTEMPORANI
DE BARCELONA (MACBA)**



**DOSSIER
DE PREMSA**

080 BARCELONA FASHION

4ª DIGITAL EDITION

080 Barcelona Fashion Week és la plataforma de moda de Catalunya de referència al sud d'Europa impulsada per la Generalitat de Catalunya a través del Departament d'Empresa i Treball.

Amb dues edicions l'any, el 080 Barcelona Fashion és un esdeveniment plenament compromès amb la **Innovació**, la **Creativitat** i la **Sostenibilitat**.

Aquests són els motors que marquen la seva transformació constant. I un pas més en aquest compromís el trobem en el fet que aquesta edició d'abril és la quarta 100% digital.

Una **plataforma de moda oberta, plural, multidisciplinar i internacional** que, a través de la diversitat dels creadors i marques de moda que hi participen, projecta Barcelona com un pol de creativitat. Així mateix, vol contribuir a potenciar la cultura de la moda i la seva vinculació amb l'art i l'arquitectura.

080 Barcelona Fashion és l'única plataforma del món que fusiona la moda amb els espais emblemàtics de la ciutat. En aquesta edició, el **Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA)**, de l'arquitecte nord-americà Richard Meier, serà per primera vegada l'escenari de la pròxima fashion week catalana: un espai únic on conflueix Moda, Disseny i Arquitectura.



“undress your mind”

Una edició 100% digital. Del 6 al 8 d'abril,
el públic podrà seguir l'emissió de
tots els continguts a través de la 080 TV, des de la
mateixa web 080barcelonafashion.cat.
Un front row virtual des d'on es pot gaudir
de l'emissió de continguts i presentacions de les marques.
Una setmana de la moda per a viure-la en streaming i
gaudir-la «anytime, anywhere».

ANTONIO MARCIAL

BIOGRAFIA

Després de completar els seus estudis en Belles Arts i Disseny de Moda en la University of the Arts London torna a Espanya per a començar a treballar com dissenyador i Modista per a la firma Santiago Bandrés (Madrid), on comença el seu creixement i aprenentatge dintre de la indústria de la moda.

Després de dos anys treballant juntament amb ell, és en l'any 2020 quan asseu els conceptes bàsics i les línies fonamentals del que serà la seva firma: ANTONIO MARCIAL- Un estil genderless i patrons desconstruïts s'entremesclen amb siluetes senzilles i línies elegants i fresques.

ANTONIO MARCIAL neix com una firma de moda jove que trenca amb els codis de gènere tradicionals. Des d'aleshores ANTONIO MARCIAL ha aparegut en publicacions de moda nacionals i internacionals, construint un punt de partida per a la promoció i difusió de la firma que el va portar fins a participar en la passarel·la 080 Barcelona en la seva edició d'abril de 2021, presentant la seva primera col·lecció, Fresh and Bloody.

COL·LECCIÓ - STRANGERS AND ROGUES

strangers and rogues fa referència al nom d'una exposició (Strange Days & Modern Day Rogues, Boris Postma, 4bid Gallery) que va presentar imatges preses a la dècada de 1990 i va tenir com a objectiu formular la pregunta: «Gabbers, skinheads, metalheads i altres subcultures juvenils; on són ara?

La col·lecció explora els sentiments de pertinença i la cerca de la pròpia identitat en una societat homògena i hegemònica a través de les subcultures i els col·lectius minoritaris i la intenció o necessitat de rebel·lia contra cànons establerts i opressors.

Strangers and rogues s'inspira en la moda dels anys noranta i principis dels 2000 i en aquestes subcultures. Per a aquesta col·lecció, la figura personal d'artistes com Basquiat o el llenguatge com a eina artística pictòrica són una font d'inspiració. A strangers and rogues, segueixo treballant la desconstrucció del gènere com a lluita contra els conceptes establerts de masculinitat i feminitat i com, dins de la comunitat LGBTQ+, la recerca del «jo» és semblant a aquestes subcultures: trobar un grup de gent com jo on pertanyo. [\[+info\]](#)



AVEC STUDIO

BIOGRAFIA

Inés López-Balcells Pont: cofundadora i directora creativa d'Avec Studio.

Vaig compaginar la carrera d'Administració d'Empreses a la Pompeu Fabra amb cursos de disseny a l'IED de Milà, el St. Martins de Londres i l'Istituto Marangoni de París. Després de la meva experiència com a dissenyadora a TCN i Women'secret, vaig fundar amb el meu marit Avec Studio, una marca de roba de festa que neix amb l'objectiu de transmetre el meu ADN i la meva essència a les peces que dissenyo, per compartir el meu estil creant looks per a esdeveniments especials.

COL·LECCIÓ

Per fi, després de dos anys de pandèmia, sembla que comencem a veure la llum.

Per fi, després de dos anys de llarga travessia pel desert, sembla que arribem a l'oasi.

Aquesta col·lecció representa aquest miratge, aquest racó al desert on, de manera gairebé miraculosa, brollen vegetació i aigua.

Aquesta col·lecció és un anhel, un moment, un lloc on tornen a néixer la il·lusió, l'energia i les ganes de sortir i gaudir.

Després de dos anys de «sequera» a la indústria, aquesta col·lecció és el nostre Oasis. La col·lecció d'aquest estiu del 2022 transmet un esperit lliure i ple d'energia. Sempre fidels a l'estil romàntic d'Avec, ens hem deixat emportar: estampats florals, encaixos, transparències, crochet... Textures que es barregen per donar vida a peces boho amb un punt de sofisticació. Els vestits són els protagonistes i destaquen per la seva fluïdesa i volum. Les mànigues inflades, els escots asimètrics, les espatlles descobertes i, és clar, els sets de dues peces tan característics d'Avec destil·len romanticisme i delicadesa. Per a la paleta de colors, ens hem inspirat en un oasi: tons terracota del desert àrid que conviuen amb tons de blaus i verds que fan al·lusió a l'aigua i la vegetació que brollen en aquests llocs màgics. Finalment, no podia faltar la calidesa del sol abrasador, plasmada en tons mostassa. [\[+info\]](#)



AVELLANEDA

BIOGRAFIA

Dissenyador de moda barceloní, director creatiu de la seva pròpia marca (www.avellaneda.eu), icona d'estil i estilista de famosos. A més, realitza projectes i exerceix com a consultor creatiu per a altres marques. Entre els clients d'Avellaneda figuren celebritats com Nieves Álvarez, Ronnie Wood o Jaime de Marichalar, entre moltes altres. És una de les referències masculines en el món de la moda, i publicacions com Icon, Vanity Fair, GQ i Harper's Bazaar España així ho han considerat, fent-lo figurar en la llista de «Els homes més elegants» dels últims tres anys.

COL·LECCIÓ - AU RÉVEIL IL ÉTAIT MIDI

L'estiu no és per somiar-lo, sinó per viure'l. La nova col·lecció d'Avellaneda es trasllada a latituds tropicals, però s'atura als tons intermedis que, des de fa dècades, donen sentit a l'elegància estival: teixits naturals, estampats a ratlles, tons lluminosos o encesos (rosa, taronja, corall...) que porten la lleugeresa a les últimes conseqüències. Aquí no hi ha lloc per a la rigidesa. Per això, diversos models de jaqueta oscil·len sense esforç entre els guarda-robes d'homes i de dones. Tot combina amb tot, tot harmonitza amb tot, tot flueix com en un estiu perfecte. Els estampats s'allunyen dels tòpics i abracen una versió mediterrània de l'ikat que dona caràcter a faldilles etèries i els esmòquings al·lèrgics a l'avorrimet.

Les peces evocuen l'elegància pràctica de la sahariana i la sastreria hedonista d'aquells estiuieigs mid-century que va immortalitzar Slim Aarons. Les bruses acaricien el cos i s'entrellacen. Els pantalons ballen i els vestits s'enganxen a la pell o despleguen volums fabulosos. Al capvespre comença la música, els cossos es relaxen i l'aire es carrega d'electricitat i d'una humitat lleugera i radiant que s'assembla sospitosament a la felicitat. [\[+info\]](#)



CUSTO BARCELONA

BIOGRAFIA

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 van poder contemplar les més variades manifestacions artístiques, culturals i filosòfiques. Una de les coses que més els va cridar l'atenció va ser 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 i van aprendre tot el possible sobre tècniques d'impressió i els seus acabats, amb una atenció particular a l'àrea del disseny gràfic, en la qual se sentien especialment còmodes. Amb el temps, la investigació en l'ús del color i els estampats es va convertir en innovació, audàcia i sofisticació.

Actualment, podríem dir que 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 dona i home.

COL·LECCIÓ - I TRUST ME

Sota el lema I trust me, Custo Barcelona ha elaborat un discurs per aquelles que confien en si mateixes i projecten convenciment. Un viatge a l'exterior per mostrar una seguretat que neix de dintre.

La proposta es fonamenta en materials d'alta qualitat en estat pur o fosos amb d'altres però a baixa intensitat. Una nova aposta que profunditza en la bellesa de les formes pures, dels conceptes rotunds, els colors vibrants i els detalls essencials que constitueixen un tot. Custo construeix així una nova narrativa que demostra el seu magistral domini de la barreja de colors, del patronatge i de la combinació de materials que són les seves senyes d'identitat més reconeixibles. [\[+info\]](#)



BIOGRAFIA

Anomenada a partir de la traducció fonètica japonesa de «glòria» i «amor», els noms dels socis, la marca combina un estil casual amb la sofisticació i el feminisme. eikō ai va començar amb una reinterpretació dels quimonos, que va resultar ser la primera peça emblemàtica de la marca.

Mentre creixíem, vam decidir afegir nous productes a la col·lecció i ampliar el nostre «univers».

COL·LECCIÓ - LUCID DREAMS

eikō ai presenta Lucid Dreams, una col·lecció inspirada en l'energia solar.

El Sol simbolitza, primordialment, la font de llum que crea la vida. Proporciona l'energia vital i la calor, i permet que tots els organismes creixin i es manifestin. Amb el seu poder magnètic, influeix l'òrbita dels planetes, donant-los moviment, sentit i direcció. Per a la Terra; l'estel solar és l'essència de la vida, representa el foc i és l'expressió de la freqüència espiritual més alta. És qui activa el record de la connexió amb l'Univers. Ens inspira amb tot allò que crea... la seva llum, la seva aura, els seus grans poders i la seva intel·ligència desenvolupada. Lucid Dreams és una col·lecció destinada a la dona d'avui: urbana, cosmopolita, inspiradora i sensual, que cerca connectar amb la bellesa natural de la terra, amb l'esplendor visual i sensorial del moment present. Transparències que deixen passar la llum, setins ultrasuaus en colors lluminosos, brillantors en tons càlids, jacquards estampats i teixits vaporosos es fonen amb estampats fotogràfics d'efectes creats pel sol. Les barreges de prints florals i brillantors hi afegeixen intensitat i màgia.

La paleta de la col·lecció emula positivisme, vida estival i llum daurada. Taronges intenses es fonen amb estampats florals, símbol de vida que crea el Sol. Pel que fa a la llum, la gamma de grocs, blancs, rosats i peach... Les postes de sol multicolor inclouen el blau intens del cel. Es tracta d'una fusió d'altres vibracions solars que provoca alegria i amor. El negre també és present per fer referència als eclipsis i les ombres que provoca la llum. Les siluetes tenen un punt minimalista. Looks de llenceria i festius conviuen amb estils casuais, per crear una barreja entre la feminitat i la masculinitat, amb un tall depurat i relaxat; camises fluïdes, drapejats, faldilles frunzides, siluetes crop i conjunts estampats. Festa, comoditat i vitalitat. La dona eikō ai llueix aquestes peces en diferents ocasions. A estes de dia o de nit amb un look casual sofisticat. [\[+info\]](#)



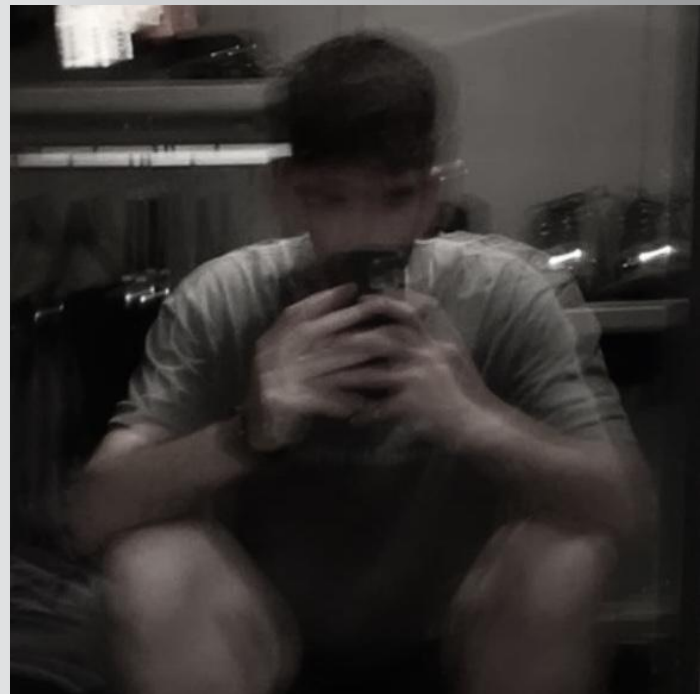
BIOGRAFIA

Dissenyador nascut a Guipúscoa i establert a Barcelona. El 2017, es gradua en Disseny de Moda a l'IED i, després d'uns mesos a la indústria, passant per l'slow fashion i el fast fashion, sent que és el moment de llançar-se en solitari i crea EÑAUT al setembre del 2018.

Aquest mateix any, guanya el concurs REC.0/080 Barcelona Fashion al Millor Dissenyador. Debuta a la 080 Barcelona Fashion el juny del 2019 i guanya el premi a la Millor Col·lecció de Disseny Emergent. Amb una estètica minimalista i una visió sostenible, EÑAUT presenta la seva sisena col·lecció.

COL·LECCIÓ

Coincideix amb el vintè aniversari del desastre causat pel Prestige que va abocar al mar més de 21.000 tones de petroli. Aquesta mena de catàstrofes continuen succeint avui dia i, per això, aquesta col·lecció és una crítica a l'ús abusiu del petroli i els danys que genera al medi ambient i, sobretot, al mar i la seva fauna. [\[+info\]](#)



BIOGRAFIA

Fundada el 1929, la firma Escorpion és un referent en el sector del knitwear internacional gràcies al sofisticat disseny i a l'heritage de les seves col·leccions. El jersei Escorpion ha transcendit de generació en generació, i avui dia encara és la peça de punt més imprescindible de l'armari femení, un icònic de moda etern i versàtil.

Des dels seus headquarters a Igualada i Barcelona, Escorpion defineix moda i sostenibilitat a través de processos responsables amb el medi ambient. La direcció creativa de Escorpion està en mans de Carles Gràcia, gran coneixedor de l'ADN de la marca.

COL·LECCIÓ - THE SHOW MUST GO ON

Escorpion presenta "The show must go on" una col·lecció optimista de formes justes o desmuntades a partir de línies geomètriques del streetwear. Tot això des d'una mirada que uneix art, avantguarda i tradició.

Roba i accessoris del *workwear* es combinen amb *talls oversize* d'aparença urbana. Elements esportius de la dècada dels 90's i les influències culturals aporten un canvi de paradigma a l'estil que defineix la col·lecció. Qui perd els orígens, perd identitat. "Un jersei ESCORPION" **[+info]**



IS COMING

BIOGRAFIA

Is coming, és la nova firma de roba fundada per Constan Hernández, el que va ser President i Fundador de la firma per excel·lència de vestits originals per esdeveniment, Intropia.

Amb l'experiència de molts anys al sector, i amb l'ajuda de part del seu antic equip, llança un model de negoci slow fashion basat en l'economia circular: produccions limitades de peces de gran qualitat, tant pel sofisticat disseny com pels seus teixits, duradores i fabricades a preu just alliberant-se de les rigideses dels estrictes calendaris de la moda i les rebaixes massives. La gran novetat aportada per Is Coming es recolza en el concepte BUY BACK: el client tindrà la possibilitat de revendre la peça adquirida a la mateixa firma en el període d'un any i recuperar així el 25% del seu valor. Is Coming traurà aquestes peces del circuit del retail tèxtil habitual donant-los una segona vida en el món cinematogràfic, on la roba juga també un paper fonamental.

"Peces versàtils i importants per estimar-les, gaudir-les i tenir-les a l'armari molt de temps, tant pel seu disseny com per la seva qualitat..." Declara Constan Hernández.

COL·LECCIÓ - NOSTALGIA DEL NORTE

El fred, els erms, un cafè calent, un llibre que et transporti, un foc acompanyador que escalfa les mans... imatges en què imaginem la nostra col·lecció Is coming de tardor-hivern del 2022. Un nord influenciat per Escòcia, amb tartanes, Harris, pana, llanes de tota la vida. Juguem als contrastos amb vestits de sastre masculins combinats amb peces que afegeixen femineïtat. Quadres exagerats combinats amb altres de discrets, com onades que xoquen amb força contra els penya-segats. Viscoses fluides, jacquards, setins, estampats grans i petits que combinen amb les fantasies de llana per combatre el vent fresc. Les peces de punt sempre juguen un paper important a les nostres col·leccions. Punt ple de colors profunds amb detalls de lúrex en llisos que combinen amb tot. Fantasies de rombes de grans dimensions, ratlles i ones que recorden el mar. Peces que van del dia a la nit amb vestits de color, tul amb aplicacions de flors i una àmplia varietat de vestits que et faran sentir nostàlgia, nostàlgia del nord. **[+info]**



KM BY LANGE

BIOGRAFIA

MARCA D'ELEGÀNCIA CRUA MODERNA. KM by LANGE és un estudi de disseny creatiu amb seu entre Barcelona i Kiev. Tots els articles estan elaborats amb materials de qualitat de proveïdors europeus i elaborats artesanalment per dones per a dones a Ucraïna per fabricants acuradament seleccionats. KM by LANGE es preocupa per la compensació adequada per a totes les dones artesanes involucrades.

Considerem que els nostres vestits són una part important del missatge que una dona dona amb el seu aspecte. Dissenyem les nostres col·leccions per aportar bellesa i estètica que permet a una dona definir el seu propi estil independentment del que diguin altres persones. La moda avança ràpidament, però nosaltres no. Preferim gaudir de la vida a un ritme més lent. Menys coses, potser, però millor...

COL·LECCIÓ - ZEMLIA

Zemlia és una paraula ucraïnesa que significa "Terra". Representa tot el que volem dir quan parlem de les nostres arrels, infància, orígens, primers passos, emocions i amor. És on tot comença i on tot culmina i, per tant, fa la transició cap a alguna cosa nova.

Terra: És també el títol d'una de les pel·lícules més famoses del cineasta ucraïnès O. Dovzhenko. És una història sobre la profunda comprensió filosòfica de la vida, la mort i l'amor. Les imatges de la pel·lícula són inusualment belles i veritablement captivadores: les escenes de pluja neta que cau sobre el fruit de la terra provoquen la transformació del món circumdant. És futurisme i tradicionalisme, utopisme i conservadorisme, tot és en un.

El reset dels 90: La nostra nova col·lecció Zemlia és, en certa manera, la inicialització dels anys 90, on els límits entre masculinitat i feminitat van començar a desdibuixar-se, on les dones se sentien igualment atractives en pantalons i vestits. És una època de llibertats recentment trobades, nous reptes i opcions, un temps de metamorfosi i transformació, un altre cicle de canvis que ens retornin als veritables valors i els mantinguin per sempre.

Monocrom: Igual que en la pel·lícula muda d'O. Dovzhenko, una vegada més escollim el monocrom: una manera peculiar de passar del blanc al negre i cap enrere. I de nou, només utilitzem teixits naturals: llana, mohair, cotó orgànic, lli i seda de brou mort. Per això la col·lecció és limitada. Una vegada més ens trobem amb el lema "comprar menys, comprar millor". [\[+info\]](#)



Lebor Gabala tria les matèries primeres més exquisides, a la recerca de la màxima qualitat.

COL·LECCIÓ - AURORA

La col·lecció Aurora de tardor/hivern 2022-2023 està inspirada en el nostre darrer viatge a Noruega. L'impacte de la llum de les aurores boreals i els emocionants colors que es dibuixen al cel com si ballessin al ritme de la vibració de la Terra es materialitzen en aquesta col·lecció amb l'àmplia gamma de colors. Des dels més alegres i vius fins als més neutres, com si fos el moment en què desapareixen.

També homenatge el significat del nom propi femení Aurora, que fa referència a l'alba i que augura bellesa i llum, una referència a la part més espiritual de la col·lecció.

A Aurora OI22/23 trobem abrics, jaquetons i jaquetes petites de llana i alpaca amb jacquard de quadres, pota de gall i de fantasia, sempre molt colorits, per reprendre la inspiració de les llums brillants de les aurores boreals. En aquesta línia, una sèrie de jerseis bàsics llisos i amb petites trenes 100% de llana en un tall bàsic i en clau crop que aporten una alternativa molt versàtil. També barregem llana merina extrafina amb seda en una sèrie de càrdigans, jerseis i pantalons que afegeixen moviment i un aspecte més fluid a la col·lecció de punt. El toc més hivernal el descobrim als calats de baby alpaca en mantons, amb i sense serrells, i xals per abrigar-se.

Com és habitual, presentem un out of the box de la inspiració principal amb un vestit d'americana i pantalons molt sixties en teixit de jersei de llana. **[+info]**



LOLA CASADEMUNT BY MAITE

BIOGRAFIA

LOLA CASADEMUNT, - empresa líder en el disseny, fabricació i comercialització de roba i accessoris per a la dona, - nascuda fa ja 40 anys de la mà de la Sra. Lola Casademunt. L'any 1981, la fundadora va començar a mà llaços, diademes i altres accessoris de cabell, amb un estil molt personal, en el soterrani de casa seva a Cardedeu (Barcelona). La seva il·lusió i ambició va fer que al cap de poc temps les seves peces es poguessin ja comprar en botigues properes. I en menys de dos anys, el seu gust pel detall, la seva elaboració artesanal i l'ús de materials d'alta qualitat va fer que LOLA CASADEMUNT es convertís en una empresa de referència nacional en complements de cabell.

Poc temps després, Maite Casademunt, filla de la Sra. Lola, es va sumar a l'equip sent molt jove després d'haver finalitzat els seus estudis de Disseny. Des de 2018, Maite Casademunt està al davant de la companyia com a presidenta i directora creativa. Aquest canvi generacional ha fet que s'hagi unit l'experiència d'un heritage de més de quaranta anys, amb la il·lusió, la frescor i la visió més particular de la Maite.

COL·LECCIÓ - ASPEN GLAM

Els looks d'estètica alpina revisitats per LOLA CASADEMUNT BY MAITE són la inspiració per a la col·lecció de tardor-hivern de 2022-2023. La influència de la tendència après ski és evident en aquesta proposta on conviuen a la perfecció glamur, versatilitat i confort. Peces tècniques (com abrics encoixinats, granotes, pantalons, armilles i jerseis amb cert aire retro) sortides de l'univers de l'esquí i la muntanya, portades a les ciutats més cosmopolites mitjançant l'ús de teixits lleugers com el setí, combinats amb el punt i els lluentons. L'Aspen Glam abandona els cims nevats per combatre el fred de les ciutats amb personalitat i estil. [\[+info\]](#)



MENCHEN TOMAS

BIOGRAFIA

Olga Menchén va estudiar a l'Escola d'Arts i Tècniques de la Moda de Barcelona. Després de finalitzar els estudis, va treballar com a dissenyadora per al teatre, el cinema i la televisió.

El 1995 va fundar MENCHEN TOMAS. Menchen Tomas dissenya, produeix i confecciona les seves pròpies col·leccions de Prêt-à-Porter, Festa i Núvia. També realitza dissenys exclusius d'alta costura i per a núvies a mida. Tanmateix, tots els models de la col·lecció es poden dur a terme a mida. Tot el procés productiu es fa a Espanya per aconseguir el màxim control de la qualitat del producte final, mitjançant el seguiment continu de totes les fases.

Entre 1995 i 2001, MENCHEN TOMAS va presentar les seves col·leccions a la passarel·la Saló Gaudí. Des de l'any 2013 ha presentat les seves col·leccions a la 080 Barcelona Fashion i, a partir del 2015, a Mercedes-Benz Fashion Week Madrid. MENCHÉN TOMÀS pertany a l'Associació de Creadors de Moda d'Espanya (ACME).

COL·LECCIÓ - OLD MONEY

La col·lecció OLD MONEY s'inspira en la manera de vestir i viure d'aquelles famílies nord-americanes que han assolit traspasar la fortuna, la classe i l'estatus de generació en generació. Una estètica caracteritzada per la sofisticació, la fusió entre l'estil clàssic i el vintage, la classe davant de l'excés de logotips i d'ostentació. Grans jardins, flors fresques, clubs de camp, pistes de tennis, retrats de família...

De la interpretació de MENCHEN TOMAS, resulta una col·lecció que pretén unir l'elegància de les peces de vestir amb la comoditat de les peces esportives que podrien utilitzar-se per a un dia en un club de camp o un sopar en un jardí una nit d'estiu.

Vestits i faldilles midi, pantalons amples amb pines, camises de popelín infinites, sedes, organza i flors de tul. Blanc, blau porcellana, verds llima, groc i, és clar, vermell carmí. [+info]



PALOMA WOOL

BIOGRAFIA

Paloma Wool és un projecte d'exploració artística multidisciplinar que gira entorn de les idees i els espais creats al voltant de l'acte de vestir-se.

Paloma Lanna funda al 2014 Paloma Wool amb la convicció de no seguir els estàndards establerts per la indústria de la moda. Paloma wool neix com un projecte digital amb un enfocament centrat en l'exploració artística, la producció local i limitada, l'exploració de diferents formes de producció sostenibles i amb un pilar molt important: crear i créixer gràcies al suport mutu entre amics desenvolupant així una plataforma on convergeixen diferents mirades i disciplines artístiques.

Paloma Lanna va néixer el 1989 a San Sebastià, es va criar a Barcelona i va estudiar Administració i Direcció d'Empreses a ESADE. Va créixer amb la influència i l'experiència del projecte de moda dels seus pares, Nice Things.

COL·LECCIÓ

La nova col·lecció de Paloma Wool s'enfoca de manera simple als patrons i als colors naturals. Asimetries, layering i peces sport donen vida a una col·lecció dinàmica i elegant que representa un gir per a la marca. En aquesta col·lecció, el tricot (l'ADN de Paloma Wool) és protagonista amb experimentacions als patrons i print fotogràfics. Peces de punt com càrdigans, xals i boleros permeten fer jocs de capes amb la resta de la col·lecció, formada per peces clàssiques (com conjunts i camises) i casuals (com polos o dessuadores). Les bosses de mà i les sabates són fruit d'un treball consolidat entre la marca i la indústria del cuir espanyola. [\[+info\]](#)



REVELIGION

BIOGRAFIA

Tot va començar l'hivern del 2018, després de desfil·lar a la passarel·la MBFWMadrid, dins de la plataforma Samsung EGO, amb la col·lecció Ritch. L'any següent, després d'una gran acollida a la premsa, vam tornar a desfil·lar dins de la mateixa passarel·la, aquesta vegada amb una col·lecció anomenada Ecolé.

Després de diversos esdeveniments a Londres i a Madrid, i després de ser finalistes del premi Vogue Who's On Next, volem apostar per 080 Barcelona i el seu caràcter internacional per continuar projectant la marca cap a altres mercats.

COL·LECCIÓ - PARALLEL LINES

Una línia fina i fràgil separa els pols oposats.
Qui defineix allò que hem d'entendre com a femení o masculí?

Aquesta col·lecció explora la història de la roba i desafia els cànons del passat. Les siluetes curvilínies contrasten amb les línies pures, abordant la silueta femenina des d'un punt de vista purament analític. El volum, com una forma d'expressió dinàmica i moderna, que evoca formes atrevides amb el tul, el teixit fonamental de Reveligion. Desafiem els límits, descobrim nous talls, frunzits, llaços i plecs; desconstruïm vestits i cotilles amb la mirada posada en el progrés...

Les línies paral·leles no es troben mai, però té un final aquest viatge evolutiu? [\[+info\]](#)



SIMORRA

BIOGRAFIA

Amb més de quaranta anys d'experiència, a SIMORRA, reivindicuem la Mediterrània com a filosofia de marca i la passió per l'ofici i el disseny. Creiem que la bellesa es troba en les coses més simples, més enllà de les tendències i les modes passatgeres. Sentim i promovem el compromís amb la qualitat i la durabilitat de les nostres peces, un projecte amb ànima que combina tradició i innovació.

COL·LECCIÓ - THE MEANING OF PAPER

Esponània, tangible i orgànica, així és la nova col·lecció de SIMORRA. The meaning of paper neix de la necessitat de començar de nou, de començar una pàgina en blanc a través de l'exploració de dos universos oposats: la realitat i la fantasia. En aquesta ocasió, SIMORRA ens trasllada a un univers imaginari on s'uneixen tradició i modernitat. [\[+info\]](#)



THE ARTELIER

BIOGRAFIA

Alba Ayza, fundadora de The Artelier, va néixer a Barcelona, de mare francesa i pare espanyol. Des que era molt petita dibuixava tota mena de personatges i arran d'això va començar els seus estudis d'il·lustració en l'institut Pau Gargallo de Badalona, aquí va ser on es va adonar que la seva passió era la moda, per la qual cosa va començar la seva carrera de disseny de moda en la universitat LCI Barcelona. Durant el seu període universitari va treballar en diverses empreses de disseny d'estampats on va adquirir molta experiència en el sector.

The Artelier neix com a marca d'Alba Ayza en 2020, creada per a expressar la passió per la moda i pels estampats, sense gèneres i sense barreres, amb teixits majoritàriament ecològics i sostenibles, amb tintes per a estampats que compleixen el certificat oeko-tex i sobretot MADE IN BARCELONA.

COL·LECCIÓ - AVANT

Avant és la col·lecció més personal de The Artelier. Per a mi, el més rellevant sempre ha estat la meua família. Fa sis mesos va morir la meua àvia, la part més important de la meua vida. No la vaig veure durant dos anys perquè viu a Lyon, França, i quan era tard, només podia veure-la dos minuts. Dos minuts reals. Llavors em vaig adonar que la col·lecció havia de parlar de tot el que em recordava a la meua família. És una col·lecció que explica la història de la meua vida, amb teixits d'organza i tul que donen aquesta transparència personal. Amb un look que unes nocces, la meua àvia sempre em deia que quan m'anava a casar. M'agradaria que ho veiés ara.

Al seu torn, hi ha un look que simbolitza el dol. També hi ha looks amb abrics oversize que et fan abraçar i et diuen que no passa res, que tot anirà bé. Els estampats ho expliquen tot. La meua àvia va néixer a Barcelona, però a causa de la pobresa, el meu avi s'en va anar a treballar a Lyon i ella i els seus tres fills se'n van anar a Guadix. Però una vegada que ell es va establir, ella se'n va anar amb ell a Lyon per a començar la seva nova vida. Llavors va néixer la meua mare, que als 15 anys va viatjar a Barcelona a veure a la família i es va enamorar d'un noi espanyol. Aquí vaig néixer jo, a Barcelona, tornant al cicle inicial, ara haig d'enamorar-me d'un noi francès... qui sap, potser la meua col·lecció t'ho explica. Descobreix-ho.

[\[+info\]](#)



THE LABEL EDITION

BIOGRAFIA

The Label Edition neix a principis de 2019 de la mà de dues expertes en moda i màrqueting de luxe, Véronique Von Siebenthal (fundadora i directora creativa) i Laura Johansson (cofundadora).

Amb un ADN 100% digital, l'estratègia comercial de The Label Edition gira al voltant de la venda online, sent el seu punt fort l'exhibició en web de les seves peces. Atemporalitat, moda ètica i honesta i exclusivitat en són els principals pilars, els que han guiat el creixement de The Label Edition, basat en la producció de càpsules confeccionades en proximitat i amb unitats limitades. La marca aposta per un plantejament més dinàmic, que segueix el seu procés creatiu sense marcar uns límits pel que fa a temporades i nombre de peces. A més, la producció d'edicions limitades permet que la marca es prengui el luxe d'escollir alguns teixits de dead stock, per donar-los una segona vida i contribuir a la durabilitat de les teles. Aquest recurs permet impulsar la slow fashion.

COL·LECCIÓ - INFANTIS ANIMA

Res empodera més a una dona que la llibertat de ser ella mateixa: una adulta responsable, una nena que vol continuar somiant o potser totes dues alhora. De vegades, ens intenten encasellar en un paper que no permet aquestes dues versions coexisteixin. Tot i això, fer front a les responsabilitats i, de vegades, a les dificultats del dia a dia, mai no hauria d'obligar-nos a abandonar l'alegria de ser una nena. Estirant aquest fil, hem volgut ressaltar la innocència, la puresa, la fragilitat i l'alegria de la nena que cadascuna de nosaltres porta a dins, una nena exempta de preocupacions i d'obligacions.

Aquesta càpsula és una oda a l'esperit infantil com a capacitat de reinventar-se i d'experimentar, combinant les peces de roba segons la personalitat de cada dona i per sobre de les modes. Detalls femenins conviuen amb patrons masculins, per donar vida a un contrast d'estils que ens recorda la llibertat amb què ens vestim a la infància. Seguint la filosofia de la marca, les mànigues i els frunzits a les espatlles cobren el principal protagonisme, així com colls voluptuosos, volants i punys generosos adornats amb botons joia. La felicitat fàcil que desprenen els nens es declina en una carta càlida, que passa per roses, taronges, grocs, salmons, ocre, crus i algunes notes blavoses que aporten frescor. Ens movem amb espontaneïtat a través dels estampats més dispars, des del florejat als quadres finestra i madràs fins a les ratlles que ens recorden els dies d'agost a la platja. Així mateix, els materials també evocuen l'univers infantil, recuperant la micropana que les nostres mares ens posaven a l'entretemps i acoblant-la a teixits més madurs com el lli amb cànem i el cotó orgànic. [**\[+info\]**](#)



THE (REAL) GARCÍA

BIOGRAFIA

THE (REAL) GARCIA, una marca d'estil funcional, pràctic i atemporal.

Dissenyada a Barcelona, respira arquitectura, i qualitat en cada detall i pretén complementar l'armari d'un home modern, que sap el que vol, amb peces icòniques per a qualsevol ocasió. El seu lema, Be Less, Be Better, Be (REAL) és tota una declaració d'intencions, perquè entre el seu ADN es troba el consum responsable, la sostenibilitat i l'autenticitat. Una marca que no abusa de logos, però sí de prestacions, confort i saber fer.

Josep Maria Garcia-Planas, cofundador de la marca, és un dissenyador amb "background" tèxtil que ha dissenyat teixits per estilistes com Giorgio Armani, Hermes, Ralph Lauren, Prada, Jil Sander, Karl Lagerfeld, Dries Van Notten o pel malaurat amic Toni Miró.

COL-LECCIÓ

La nostra col·lecció transmet una nova actitud davant dels clàssics de la indumentària masculina, més relaxada – sense renunciar al confort, l'estètica o l'excel·lència.

Una selecció de blazers, sobrecamisas, bombers, hooddies i pantalons que recrea icones tradicionals de la roba de treball (workwear), la uniformitat militar o de l'esport, però en codis urbans i actuals. Un equilibri entre saber fer, qualitat, pragmatisme i estètica amb un propòsit clar: un armari intel·ligent i per qualsevol ocasió.

The (Real) Garcia fusiona, tanmateix, disseny, tecnologia i respecte al medi ambient en total sintonia amb els seus valors: atemporalitat, funcionalitat, durada, sostenibilitat i circularitat.

La nostra no és una proposta que pretén crear tendència ni convertir-nos en una marca de moda. La nostra és una proposta lligada a l'"estil de vida".

El nostre lema "Be less, Be better, Be Real", és una clara declaració d'intencions. [\[+info\]](#)



TÍSCAR ESPADAS

BIOGRAFIA

TISCAR ESPADAS (Úbeda, 1993), creadora visual multidisciplinari (dissenyadora de moda, artista i il·lustradora). Després del seu pas per diferents cases de moda de Madrid i Copenhaguen, es va llicenciar amb un màster en Moda Masculina al Royal College of Art de Londres.

Tiscar treballa actualment al seu propi estudi creatiu, fundat el 2019, on genera un llenguatge artístic ampli i divers (videoart, il·lustració, fotografia, performance, instal·lacions...) al voltant de les seves particulars col·leccions de roba. Aquestes s'han presentat a les fashion weeks de Londres, Tòquio i Milan.

La seva roba i les seves pintures s'han exposat a diferents museus i galeries d'Espanya, el Regne Unit i el Japó, entre d'altres. Les seves obres es poden trobar en una selecta llista de botigues a diverses parts del món.

COL·LECCIÓ - CAPÍTULO ABIERTO

Els herois són personatges entre divins i humans, éssers irrepitibles, models on projectar-nos. La narració sempre fascinant de les seves gestes i els mites se situen fora d'un temps històric (temporada) i sovint interpreten l'origen del món o grans dilemes de la humanitat.

Amb aquesta col·lecció, convertim homes mundanals en éssers mítics, atemporals i fora de la quotidianitat, herois d'un altre món, el de la creativitat convertida en tela (pell) carnal i humana. Personatges d'una narració incessant on se superposen el punt ancestral i el punt contemporani, el punt atemporal i el vol de la imaginació. La col·lecció està en perpètua creació.

Els herois són personatges entre divins i humans, éssers irrepitibles, models on projectar-nos. La narració sempre fascinant de les seves gestes i els mites se situen fora d'un temps històric (temporada) i sovint interpreten l'origen del món o grans dilemes de la humanitat. [\[+info\]](#)



TXELL MIRAS

BIOGRAFIA

Marca pròpia des del 2004.

Ha treballat per a la línia femenina de Neil Barrett del 2003 al 2016.

2016: Premi a la Millor Col·lecció de 080 Barcelona Fashion.

2010: On/Off de la London Fashion Week.

2009: nominada a la London International Creative Competition.

2007: finalista dels Mango Fashion Awards “El Botó” i finalista de Gen Art New York Fashion Awards.

Inclusa al llibre European Young Fashion Designers (Ed. Daab).

2006: Premi “Barcelona és moda” al Millor Professional del Sector.

2005: Premi Lancôme com a Millor Dissenyador Jove de l'any de la Passarel·la Gaudí. Llicenciada en Belles Arts per la Universitat de Barcelona.

COL·LECCIÓ - IDENTITAT

La nova col·lecció tracta sobre la identitat. El film és una invitació a descobrir qui hi ha darrere de la seva posada en escena. En concret, ens centrarem en les models que ho fan possible. Més enllà de lluir la roba, mostrarem la seva dimensió més personal: qui són, d'on són, què pensen, què els agrada. Dins d'aquest joc d'identitats, també exposarem l'essència de la marca, el nostre ADN inspiracional. Artistes com Ron Mueck, Joseph Kosuth, Christian Boltanski, Ana Mendieta, Richard Serra, Perejaume, Christo & Jeanne-Claude i Luciano Montana es veuran representats o referenciats en el film dins un context museístic.

A nivell formal, la col·lecció, en blanc i negre com a leit-motiv, està farcida de gafets que permeten incloure i excloure capes com a símbol d'una identitat canviant, en constant procés de creixement i evolució. També hi ha transparències com a metàfora de mostrar l'interior de la persona. A part de blanc i el negre hi trobem altres tons, tots combinats entre ells, com nude, rosat, morat, xocolata i alguna pinzellada de caqui i verd coral. [\[+info\]](#)



YOLANCRIS

BIOGRAFIA

Yolanda Pérez neix a Sabadell el març de 1978. Quan tenia 7 anys (el 1985), la seva mare Mercedes obrí el seu primer negoci dedicat a les núvies. Apassionada de la venda, era capaç de satisfer les necessitats de la clientela de la seva mare fàcilment. Si no trobava el vestit perfecte, buscava la tela on calgués i feia ella el vestit. Als 20 anys, després d'encarregar-se de les botigues de la seva mare, decidí obrir el seu propi taller al centre de la ciutat, al costat de l'església principal.

El 2004, l'empresa en la qual treballava la Mercedes tanca per jubilació del propietari i convenç a la Yolanda per crear una petita col·lecció pròpia. La col·lecció es presentà a la Bridal Fashion Week de Barcelona, en la que va aconseguir vendre 390 peces. El seu estil fortament boho, del que va ser pionera en el sector de la núvia, ve influenciat pels seus referents musicals i artístics de les dècades dels 60 i 70.

El 2012 presenta la primera col·lecció de festa i el 2019 la primera col·lecció Couture, les dues presentades a les setmanes de la moda de París. Permanentment, a la recerca de noves oportunitats, el 2020 i el 2021 han portat nous projectes, com una segona marca Y_Como de RTW i el desenvolupament d'una app de moda, entre d'altres.

COL·LECCIÓ

La col·lecció reflecteix el treball d'artesanía que es respira al mateix taller de Yolancris, on prevalen el vellut i la pell, sempre de color negre, perquè creiem que és el color més representatiu per a una col·lecció d'hivern. El vellut s'ha brodat amb diferents tècniques i s'han barrejat fils, sobretot daurats, i s'hi han incrustat puntes franceses i macramés. Es presenten binomis de color (daurat-negre i blanc-negre) i se separen aquests models amb explosions de vestits monocolor, sobretot vermell i rosa empolsat.

La col·lecció recull algunes idees de patró clàssiques barrejades amb els sixties, però sense entrar gaire en profunditat, només amb un lleuger aire. La col·lecció vol ser atemporal i un fons d'armari, una aposta segura sempre. Aquest és el leitmotiv de la marca. La col·lecció la formen abrics, vestits i, sobretot, dues peces: bruses i faldilles, o bé pantalons. La inspiració que s'ha seguit per dissenyar la col·lecció és el resultat del diàleg que s'estableix entre el teixit i el mateix taller, un fenomen natural que sempre succeeix entre els materials ben escollits i un taller d'alta costura. En aquesta ocasió, la tela ens dirigeix.

[\[+info\]](#)



BEHIND THE SCENES

El públic podrà accedir a continguts inèdits de moda i bellesa del 080 Barcelona Fashion a través del Behind the Scenes. Un espai on s'inclourà el making-of de l'edició i peces audiovisuals i fotografies que desvetllaran com es prepara i es produeix una presentació de moda; des d'aspectes com la selecció dels models, passant per la creació de l'estilisme de perruqueria, maquillatge i manicura, els fittings, espais com el backstage o allò que passa darrere de les càmeres.

L'esdeveniment tindrà lloc el dia 31 de març a través de la plataforma digital consolidada on participaran una vintena de marques catalanes de moda i dissenys d'agents, distribuïdors, representants de plataformes de e-commerce i perfils professionals amb alta capacitat de compra internacional.

PROGRAMA

DIMECRES 6/4/2022

18.45	AVELLANEDA
19.00	KM BY LANGE
19.15	REVELIGION
19.30	ESCORPION
19.45	MENCHEN TOMAS
20.00	CUSTO BARCELONA
20.15	THE REAL GARCÍA
20.30	THE LABEL EDITION

PROGRAMA

DIJOURS 7/4/2022

19.00 TXELL MIRAS
19.15 EÑAUT
19.30 YOLANCRIS
19.45 VICTOR VON SCHWARZ
20.00 LEBOR GABALA
20.15 TÍSCAR ESPADAS
20.30 LOLA CASADEMUNT BY MAITE

PROGRAMA

DIVENDRES 8/4/2022

19.00 PALOMA WOOL
19.15 EIKO AÏ
19.30 THE ARTELIER
19.45 AVEC STUDIO
20.00 IS COMING
20.15 ANTONIO MARCIAL
20.30 SIMORRA

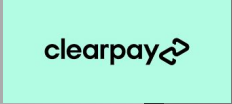


El MACBA és un espai emblemàtic de Barcelona. Un museu on aprendre, experimentar i gaudir de l'art contemporani. Situat al barri del Raval, destaca l'edifici blanc de l'arquitecte nord-americà Richard Meier, amb el seu joc de rampes i finestrals que s'aboquen a la plaça dels Àngels.

La Col·lecció MACBA, en continu creixement, compta amb gairebé 6.000 peces i ha esdevingut referent internacional per la seva capacitat de generar multiplicitat de relats contemporanis. El seu programa d'exposicions i activitats vol fomentar l'esperit crític des d'una concepció transgressora de l'art.

Busquem sempre un càsting divers on els i les models siguin camaleònics, per complir amb l'actitud i la imatge que cada dissenyador vol mostrar a les seves col·leccions.

Nuria Rothschild
Pape
Patricia Reina
Rolf
Samy
Simone Bricchi
Sokhna
Sofia Romay
Stella Ripper
Thor Endsjo
Toni Engonga
Vita Mir
Zso



Clearpay, líder global en el mètode de pagament “Buy Now, Pay Later”, permet el benestar financer de la pròxima generació de compradors. Els seus clients poden comprar en quatre quotes, sempre sense cost i rebre els productes immediatament. Sense comprovacions de crèdit ni paranys, Clearpay permet pagar als seus clients de forma financerament sostenible.

Clearpay té la missió d'impulsar una economia en la qual tots guanyin: els compradors, els comerços i la societat. És ofert per més de 120.000 marques a tot el món i compta amb més de 19 milions de clients actius. El servei està actualment disponible a Itàlia, França, Espanya i el Regne Unit, a més d'Austràlia, Nova Zelanda, els Estats Units i el Canadà, on es coneix com Afterpay.

www.clearpay.com
[@clearpay_es](https://twitter.com/clearpay_es)

Clearpay, líder global en el mètode de pagament “Buy Now, Pay Later”, permet el benestar financer de la pròxima generació de compradors. Els seus clients poden comprar en quatre quotes, sempre sense cost i rebre els productes immediatament. Sense comprovacions de crèdit ni paranys, Clearpay permet pagar als seus clients de forma financerament sostenible.

Clearpay té la missió d'impulsar una economia en la qual tots guanyin: els compradors, els comerços i la societat. És ofert per més de 120.000 marques a tot el món i compta amb més de 19 milions de clients actius. El servei està actualment disponible a Itàlia, França, Espanya i el Regne Unit, a més d'Austràlia, Nova Zelanda, els Estats Units i el Canadà, on es coneix com Afterpay.

www.clearpay.com
[@clearpay_es](https://twitter.com/clearpay_es)

Clearpay, líder global en el mètode de pagament “Buy Now, Pay Later”, permet el benestar financer de la pròxima generació de compradors. Els seus clients poden comprar en quatre quotes, sempre sense cost i rebre els productes immediatament. Sense comprovacions de crèdit ni paranys, Clearpay permet pagar als seus clients de forma financerament sostenible.

Clearpay té la missió d'impulsar una economia en la qual tots guanyin: els compradors, els comerços i la societat. És ofert per més de 120.000 marques a tot el món i compta amb més de 19 milions de clients actius. El servei està actualment disponible a Itàlia, França, Espanya i el Regne Unit, a més d'Austràlia, Nova Zelanda, els Estats Units i el Canadà, on es coneix com Afterpay.

www.clearpay.com
[@clearpay_es](https://twitter.com/clearpay_es)

PATROCINADORS / KEVIN MURPHY / LA ROCA VILLAGE



Descobreix tots els looks de perruqueria de 080 Barcelona Fashion de la mà de KEVIN MURPHY, la perruqueria oficial. Nascuda a les fashion weeks més importants del món, l'exclusiva marca australiana de cura capil·lar està disponible als salons de perruqueria més reconeguts del nostre país.

www.kevinmurphyspain.com
[@kevinmurphyspain](https://www.instagram.com/kevinmurphyspain)



La Roca Village continua mostrant el seu compromís amb la moda i el talent emergent així com el seu compromís amb la difusió de la moda catalana al món com sponsor de 080 Barcelona Fashion.

www.larocavillage.com
[@larocavillage](https://www.instagram.com/larocavillage)



Garmin, líder mundial en navegació per satèl·lit amb més de trenta anys d'experiència, ofereix productes per al sector d'automoció, aviació, nàutica i activitats esportives i a l'aire lliure.

www.garmin.es
[@garmin_iberia](https://twitter.com/garmin_iberia)



MAC Cosmetics, maquillatge oficial de 080 Barcelona Fashion, es consolida l'any 1984 com una de les marques internacionals de maquillatge professional gràcies a l'experiència i recorregut en l'art del maquillatge.

M·A·C celebra la diversitat i la individualitat respectant totes les races, edats i gèneres.

www.maccosmetics.es
[@maccosmetics_es](https://twitter.com/maccosmetics_es)

COL·LABORADORS / THUYA FORMACIÓ PROFESSIONAL / THUYA PROFESSIONAL LINE

THUYA
FORMACIÓ PROFESSIONAL

Thuya Formació Professional amb més de vint-i-cinc anys d'experiència formant a professionals, col·labora de nou com equip de maquillatge en la pròxima edició digital de 080 Barcelona Fashion. Són una Escola Oficial d'Imatge Personal que ofereix formacions en caracterització i maquillatge, perruqueria, estètica i assessorament d'imatge.

www.escuela.thuya.com
[@thuyaescuela](https://www.instagram.com/thuyaescuela)

thuya
PROFESSIONAL LINE

Thuya Professional Line, manicuristes oficials de 080 Barcelona Fashion, és una marca de bellesa professional amb fabricació pròpia a Espanya i presència internacional a més de 45 països. Està especialitzada en tres línies de cosmètics: celles i pestanyes, color i construcció d'ungles; tractaments per a la cura de mans i peus.

www.thuya.com/professional
[@thuyapl](https://www.instagram.com/thuyapl)

Rowenta

www.rowenta.es
@rowenta_es

ME
BARCELONA

[@mebarcelonahotel](http://www.melia.com/me-barcelona)



Font Vella segueix donant suport a 080 Barcelona Fashion com a aigua oficial.

www.fontvella.es

(K)^N KETONICO
KETO TO THE NTH POWER

Ketonico és una empresa que neix el 2020 de l'impuls de Vicenç Martí, Nico Andonakis i Víctor Sala per a liderar la categoria Keto a Europa.

La firma desenvolupa i comercialitza productes propis de qualitat, elaborats amb els millors ingredients de la terra, combinats amb un contingut exclusiu, amb l'objectiu d'ajudar la societat a tenir un estil de vida saludable.

www.ketonico.com

[@ketonico_official](#)

080 BARCELONA FASHION WEEK

APRIL, 5—8

**MUSEU D'ART CONTEMPORANI
DE BARCELONA (MACBA)**



MOLTES GRÀCIES!