

**080
BARCELONA
FASHION
WEEK**

30 TH EDITION

Octubre, 25 - 28, Recinte Modernista Sant Pau



**Generalitat
de Catalunya**



080 Barcelona Fashion

30a Edició

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 a l'any, el 080 Barcelona Fashion és un esdeveniment on la **Innovació**, la **Creativitat** i la **Sostenibilitat** són els motors que marquen la seva constant transformació.

En aquesta 30a edició, en format presencial, després de quatre edicions en digital, hi ha un compromís amb la projecció internacional, la inclusivitat, la sostenibilitat i la vinculació cultural amb la ciutat de Barcelona.

Gràcies a la diversitat dels creadors i marques de moda que hi participen, la 080 Barcelona Fashion converteix la ciutat comtal en la protagonista de la creativitat i es posiciona com una plataforma de moda referent, oberta, plural, multidisciplinària i internacional.

Per potenciar la cultura de la moda i la seva vinculació amb l'art i l'arquitectura, la 080 Barcelona Fashion es celebra en espais emblemàtics de la ciutat. Aquesta edició torna al **Recinte Modernista de Sant Pau**, un espai únic caracteritzat pel seu complex arquitectònic i patrimoni de la UNESCO des del 1997 per la seva singularitat i bellesa artística.





DISSENYADORES, DISSENYADORS I MARQUES

**ALL THAT SHE LOVES / AMLUL /
AVELLANEDA / CUSTO BARCELONA /
DOMINNICO / EIKO AI / EÑAUT /
ESCORPION / GUILLERMINA BAEZA /
HABEY CLUB / IS COMING / LARHHA /
LEBOR GABALA / LOLA CASADEMUNT
BY MAITE / LR3 LOUIS RUBI /
MARTÍN ACROSS / MENCHEN TOMAS /
REVELIGION / SIMORRA /
THE LABEL EDITION / TÍSCAR ESPADAS
/ TXELL MIRAS / YOLANCRIS**



080 EDICIÓ PRESENCIAL

Després de quatre edicions en format digital, la 080 Barcelona Fashion torna amb molta força en format físic, coincidint amb la 30a edició de la plataforma.

Del 25 al 28 d'octubre, el públic podrà seguir les desfilades presencialment al Recinte Modernista de Sant Pau.

La setmana de la moda catalana torna a la presencialitat reivindicant el seu compromís amb la inclusivitat i la sostenibilitat, i podrà seguir-se també digitalment a 080barcelonafashion.cat

@080bcnfashion



ALL THAT SHE LOVES

Biografia

All That She Loves és el projecte de Clara Esteve, dissenyadora de moda especialitzada en swimwear & intimates. Formada a l'IDEP Barcelona, encara és una jove estudiant quan comença la seva trajectòria professional a TCN, firma a la qual pertany durant setze anys, fins que arriba a la direcció creativa de les col·leccions de la marca.

El Clara Esteve Studio neix com un estudi de disseny de bany i llenceria que crea col·leccions diferents per a marques i dissenyadors externs. L'any 2017, amb tota l'experiència acumulada, Esteve llança la seva marca pròpia: All That She Loves.

El concepte de la marca parteix d'unir la tècnica i tecnologia d'avantguarda amb l'artesania i la producció local. ATSL és una marca responsable, que aposta pel made in local tant a la companyia de teixits i matèries com a totes les fases de producció i d'acabats de les col·leccions que fabriquen i acaben talles i professionals de Girona, el Maresme i Barcelona.

All That She Loves entén la moda com un procés de creació basat en el respecte, on cada mà que participa es mou amb el cor perquè estima el que fa.

Col·lecció - LA MAISON

Una finca a la costa amb un xalet de pedra, una piscina a l'herba i una sortida directa a una de les meravelloses cales de la Costa Brava va ser la fantasia que va inspirar la col·lecció d'ALL THAT SHE LOVES que presenta per a l'estiu del 2023: La Maison.

Clara Esteve imaginava a una dona sofisticada, creativa, amb un estil de vida bohemi i el punt d'excentricitat necessari per fer de la seva maison un lloc sorprenent on les gandules fan joc amb les parets*. Amb aquesta fantasia, ha donat forma a la seva col·lecció.

Amb la dècada dels setanta (revolucionària i eternament jove) al centre de la col·lecció i amb grans dosis de llibertat i d'alegria, la col·lecció d'ALL THAT SHE LOVES presenta peces plenes de color, amb tocs metal·litzats, tintures increïbles i suaus textures en clau effortless: siluetes fluides, elegància relaxada i un estil chic casual.

* La fortuna va fer que aquesta casa existís i fos l'escenari on hem fotografiat la col·lecció: Fundació d'art Gamon-Medina a Calonge (Costa Brava).

[\[+info\]](#)



AMLUL

Biografia

Amlul neix a mitjats del 2019 de la mà de la seva fundadora i directora creativa, la Gala González, després de més de deu anys de professionalització a la indústria de la moda i un reconeixement global que l'avalen. Amlul centra els seus valors en l'atemporalitat, el Made in Spain i en una producció ètica d'edició limitada. Cada peça està pensada per aquells qui prioritzen la qualitat i el consum responsable. Amb més de quinze anys d'experiència, la Gala s'ha convertit en la primera espanyola a consolidar la seva carrera amb un èxit internacional i nacional com la primera i més reconeguda precursora del Creador de Contingut digital. Un cop va realitzar la seva formació a la Universitat d'Arts de Londres (UAL) on es va graduar en Disseny de Moda i rebre distincions i premis a la millor comunicació el 2012 i 2018 per part les revistes Cosmopolitan i Woman, Madame Figaro, el 2016 apareix per primera vegada en la reconeguda llista de Fashionista, convertint-se en la primera espanyola a aparèixer en el Top10. Després de dissenyar col·leccions càpsula per a grans del sector com Mango, Adolfo Domínguez, Tous, Superga i Pompeii, entre d'altres, compaginant-ho amb la seva carrera en el món digital com a prescriptora de moda, la Gala decideix finalment al 2019 fer un pas més enllà i llançar la seva pròpia marca de roba de producció i disseny made in Spain.

[\[info\]](#)



AVELLANEDA

Biografia

Dissenyador de moda barceloni, 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.

La seva trajectòria, bon gust i coneixement li han permès desenvolupar la seva faceta de coach d'estil en diferents àmbits públics.

Des del 2017, ha col·laborat en diversos espais de televisió com a jurat i comentarista de moda, com Càmbiame, MASTERCHEF Celebrity i Operación Triunfo, entre d'altres.

El maig del 2019 va sortir a la venda el seu primer llibre, POTÈNCIATE, un manual pràctic d'estil. A més, col·labora habitualment en diaris com El País, La Vanguardia o La Razón.

[\[+info\]](#)



CUSTO BARCELONA

Biografia

Custo Barcelona va ser creada a principis dels anys vuitanta 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 - LIGHT UP FW2223

Tornar a brillar des de l'interior per irradiar llum i il·luminar el teu món. Aquest és el contundent missatge que Custo Barcelona envia amb la seva col·lecció per aquest hivern, Light Up. Una nova proposta experimental, tant en les formes com en el patronatge i en la combinació de teixits que defineix un nou llenguatge tot apostant per la creativitat en totes les seves formes.

[\[+info\]](#)



DOMINNICO

Biografia

Dominnico és una marca prêt-à-porter fundada a Barcelona pel seu director creatiu Domingo Rodríguez Lázaro (1994), l'any 2016. La firma, que treballa sota la premissa del "slow fashion", es caracteritza per la meticulositat en el patronatge, la investigació en nous teixits i materials, la sostenibilitat en els processos i la visió futurista de la moda que té com a objectiu dirigir-se a un públic heterogeni en la que els valors de la inclusió i la llibertat són el fil conductor de totes les seves col·leccions.

La darrera col·lecció que ha vist la llum és "Lovercross" FALL 22/23, presentada l'anterior març a la MBFW Madrid. En aquesta col·lecció Dominnico ha col·laborat amb marques i artistes com Cachorro Lozano i Andrei Warren de Misato Studio, realitzant un petit fashion film en 3D per la marca Rowenta. Lady Gaga, Beyoncé, Rosalía, Dua Lipa o Aitana són algunes de les celebritats que són fidels a la firma.

Col·lecció - NENNE SPRING 2023

"Torno als meus orígens. Nene és l'apel·latiu afectuós amb el qual la Juana, la meua mare, em deia, el meu pare i el punt de partida d'aquesta col·lecció intimista en homenatge a ell", explica Domingo Rodríguez Lázaro, director creatiu de DOMINNICO.

Els vestits de feina, el món del motor, el camió i les seves carrosseries i, en contraposició, la naturalesa, són dues inspiracions amb les quals el dissenyador aborda aquesta nova proposta realitzada sota les premisses de l'upcycling i la confecció artesanal.

L'obra de l'il·lustrador japonès Hajime Sorayama ajuda a explorar la simbiosi entre la robòtica i l'erotisme del cos humà, creant noves estructures en les quals conviuen la mecànica i l'anatomia, servint-se dels volums -creats amb tafetans i pèl d'origen vegà-, per aconseguir aquella part més orgànica i natural. També les textures de teixits més utilitaris, com la felpa, el renylon o el denim, apropen Nene al costumisme i a les peces laborals reversionades.

La celebració de la vida, la tradició i la família que ha donat lloc a esdeveniments com bodes, batejos i primeres comunions i en com les meravelloses 'modistes de poble' eren capaces de fer realitat els dissenys de revista propis del New Look de Dior, Balenciaga o més extravagants 'a lo Galiano', retraten una època que ara és pensada per la generació Y2K, en la que diverses tendències del món nupcial es dilueixen per recrear el nou glamour.

El dia a dia al taller, les peces dels camions i els cotxes i la roba desgastada serveixen ara per crear a la passarel·la estilismes amb caràcter athleisure que recorden a aquella barreja impossible de mocassí amb xandall retro i samarreta de tirants. El colorit de la col·lecció, amb la plata com a protagonista, flueix entre el blanc, el rosa, el verd àcid, el blau Klein i el negre.

[\[+info\]](#)



EIKO AI

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 reïnterpretació dels quimonos, que va resultar ser la primera peça emblemàtica de la marca.

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

Col·lecció - UNDERWATER LIFE

eikō ai presenta Underwater life, una col·lecció inspirada en l'aigua i la fantasia de la vida submarina.

L'aigua, font de vida, té un significat de purificació, renovació, alliberació, fertilitat i abundància. L'element aigua és present, santificat i molt interioritzat en cultures ancestrals.

De la vida submarina, ens inspira la seva riquesa de color i diversitat trobada a les plantes, animals i altres organismes i éssers fantàstics que viuen en els oceans.

Som aigua... i aquest element ens inspira intel·lectualment i espiritualment... La nostra principal comesa serà fluir per la vida.

Underwater life és una col·lecció destinada a la dona d'avui dia; urbana, cosmopolita, inspiradora i sensual, que busca connectar amb la bellesa natural de la terra, amb l'esplendor visual i sensorial del moment present.

Transparències que deixen passar la llum a través de l'aigua, setins ultrasuau de colors lluminosos, lluentors en tonalitats càlides, volants en tots els seus formats, jacquards i teixits vaporosos es fonen amb estampats inspirats en la fantasia aquàtica.

La paleta de la col·lecció respira positivisme, vida estival marina i llum. Transparències amb lluentor que emulen l'aigua il·luminada. Gamma de turquesa, lavanda i plata... Neutres, rosats i un toc de vermell per evocar la riquesa del fons marí.

Es tracta d'un aliatge d'altres vibracions aquàtiques que provoca alegria i amor. Les siluetes tenen un punt preppy-hippy. Looks de llenceria i festius amb volants conviuen amb estils casuais, creant així una barreja entre allò femení i allò masculí, amb tall depurat i relaxat; camises fluides, drapats, faldilles frunzides, siluetes cropped i conjunts estampats. Festa, comoditat i vitalitat.

La dona eikō ai llueix aquestes peces en diverses ocasions. En festes de dia o de nit amb un look casual sofisticat.

[\[+info\]](#)



EÑAUT

Biografia

Dissenyador nascut a Guipúscoa i establert a Barcelona. L'any 2017, es gradua en Disseny de Moda a la IED i, després d'uns mesos a la indústria, durant els quals va passar tant per l'slow fashion com pel fast fashion, sent que és el moment de llançar-se en solitari. D'aquesta manera, crea EÑAUT el setembre del 2018.

Aquell mateix any, guanya el concurs REC.0/080 Barcelona Fashion al millor dissenyador. Debuta a la 080 Barcelona Fashion el juny de 2019 i guanya el premi a la millor col·lecció emergent. L'any 2022, entra en el món de l'ensenyament; coordina un màster i imparteix classes a la IED Barcelona, amb una estètica minimalista i una visió sostenible. Aleshores, EÑAUT presenta la seva setena col·lecció.

Col·lecció - UNDER

Les plantes marines són un dels tripulants més importants de la terra. Aquestes plantes costaneres poden emmagatzemar fins a vint vegades més carboni per metre quadrat que els boscos. De fet, el 93 % del CO2 del món s'emmagatzema al mar. Perdre només l'1 % d'aquest ecosistema equivaldria a alliberar les emissions de 97 milions de cotxes.

La pesca d'arrossegament és el tipus de pesca més destructiva. Seria com arrossegar per complet la selva verge amazònica. Cada any, es perden uns 10 milions d'hectàrees de boscos, l'equivalent a 27 camps de futbol cada minut. En canvi, la pesca d'arrossegament destrossa uns 1500 milions d'hectàrees cada any. Equival a perdre 4316 camps de futbol cada minut.

S'estima que la grandària de l'illa de plàstic és de 3,4 milions de km2, la qual cosa representa set vegades la superfície d'Espanya. L'àrea pot contenir prop de 100 milions de tones de deixalles. No obstant això, el 94 % del plàstic que arriba al mar acaba submergit, de manera que l'illa de brossa no és representativa del total.

LA COL·LECCIÓ UNDER POSA EN VALOR LA FEINA DELS CORALS SOBRE L'IMPACTE MEDIAMBIENTAL, CONCRETAMENT EN LA SEVA IMPORTÀNCIA PER NETEJAR L'AIRE.

[\[+info\]](#)



ESCORPION

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 continua sent la peça de punt més imprescindible de l'armari femení, un icònic de moda etern i versàtil.

Des dels seus headquaters a Igualada i Barcelona, Escorpion defineix moda i sostenibilitat a través de processos responsables amb el medi ambient.

La direcció creativa d'Escorpion està en mans de Carles Gràcia, gran coneixedor de l'ADN de la marca.

En l'actualitat, Escorpion comercialitza les seves peces en 900 establiments, en més de 20 països. A Espanya, les seves col·leccions estan disponibles a boutiques multimarca i centres El Corte Inglés de tot el territori.

Col·lecció - EUPHORIA

La paraula eufòria és d'origen grec "εὐφορία" que significa "força per continuar".

Una sensació intensa d'alegria o de benestar.

La col·lecció primavera - estiu 2023 aposta per una estètica arriscada plena d'emocions.

Caòtica en alguns aspectes i absolutament brillant en altres, vol ser un reflex de pluralitat.

Jacquards amb filatures brillants, intàrsies de cotó i lli, tartans, lluentons, plomes... ompliran d'optimisme i color festiu 2023.

Perquè ESCORPION és color, i el color és vida.

I la vida és un carnaval!

[\[+info\]](#)



GUILLERMINA BAEZA

Biografia

La dissenyadora Guillermina Baeza neix en el protectorat espanyol del Marroc. En els anys seixanta es trasllada a Barcelona i, als setanta, comença el seu camí professional que la va portar, als anys vuitanta, a desfilar a les principals passarel·les de moda europees. La seva continuada presència a les passarel·les ha creat un estil propi, que referma la màxima de la filosofia de Guillermina Baeza: "El bany i la llenceria no són mers accessoris".

Col·lecció - SAFARI JOURNEY

Ens aventurem en un dia perfecte de safari estiuenc amb els nítids contrastos de la sortida del sol.

Denim en estat pur ple de detalls silver.

Arribant al zenit rendim homenatge a la reina Sol amb taronges purs, teules amb fils d'or en canalé i prints unificant colors.

La tarda es desperta i segueix amb una aventura exploradora de safari a la vegetació exuberant amb totes les tonalitats de caqui i prints salvatges, sols o barrejats entre si.

La posta de sol abraça les tonalitats granades, malva, lila i gris; mimetitzant els colors del cel.

L'única caça és la de les bones sensacions i la pau amb el nostre ser interior.

Una col·lecció femenina i lliure que ens connecta amb la naturalesa que ens envolta.

No som infal·libles, som dones intentant deixar el món una mica més maco cada dia.

[\[+info\]](#)



HABEY CLUB

Biografia

L'any 2015, Habey Club sorgeix com un projecte que plasma tota la inventiva dels seus creatius (David Salvador i Javier Zunzunegui), després de finalitzar els seus estudis al CSDMM de la Universitat Politècnica de Madrid. Des d'aleshores, el projecte ha anat creixent lentament, en l'àmbit nacional i internacional, gràcies a la seva feina i al desenvolupament de noves iniciatives d'estudi a Madrid i a París per gestionar les vendes en tot el món.

Al setembre del 2016, van ser seleccionats per primer cop per presentar la seva col·lecció durant la setmana de la moda de Madrid (MBFWM) dins de Samsung EGO, el seu debut a la passarel·la espanyola.

Són diversos els conceptes o pilars que sostenen la marca: la revisió de l'artesanía i les tècniques tradicionals, l'anàlisi de les tendències i la seva durabilitat i l'ús de fibres reciclades o naturals.

Habey Club és una firma nacional establerta al slow fashion, els valors principals de la qual són l'artesanía, la sostenibilitat i la producció responsable. La firma se centra en la reutilització de teixits i l'ús de fibres reciclades o 100% orgàniques.

Sota aquests paràmetres, Habey Club prioritza la reinvençió de les tradicions per portar-les a l'actualitat des d'un nou punt de vista.

Col·lecció - REENCUENTRO

Inspirada en les trobades familiars inesperades, aquesta col·lecció encaixa a la perfecció amb els dos pilars de la marca: la sostenibilitat i l'artesanía.

Madrid, 9 de setembre del 2022. La firma de moda espanyola Habey Club presenta la seva col·lecció SS23, Reencuentro, inspirada en les reunions familiars que tots coneixem, però amb ingredients que relaten una realitat que poques vegades es reflecteix davant els altres. I davant el públic.

Converses impossibles fins a llargues hores de la matinada, moments per recordar, vivències ja passades i difuses a la ment. També es mostren les exaltacions d'amistat pròpies del moment, la improvisació i les converses, tant cara a cara com a l'esquena... Són els elements més comuns d'una col·lecció única que veurà la llum aquest octubre a la 080 Barcelona Fashion.

[\[+info\]](#)



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 esdeveniments, Intropia.

Amb l'experiència de molts anys al sector, i amb l'ajuda 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 llançarà 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. A través d'aquest reciclatge creatiu o upcycling, les peces utilitzades per les clientes de Is Coming passaran a formar part del vestuari de sèries, cine, teatre o televisió.

"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. Això és Is Coming..." Declara Constan Hernández.

Col·lecció - HOTEL EN BARBADOS

La firma dona a conèixer la seva proposta per al proper estiu a la passarel·la internacional 080 Barcelona Fashion. La nova col·lecció es diu HOTEL EN BARBADOS.

Sempre amb aquest toc eclèctic, Is coming presenta una col·lecció versàtil que juga amb el dia i la nocturnitat amb un colorit explosiu que incita al bon humor i a la diversió.

Imaginant unes vacances d'illa caribenya retro, a la col·lecció es barregen estampats geomètrics tipus anys 20, recurrents a les seves col·leccions, aquesta vegada representats en colors molt vius. Com si es tractés d'un mercat tropical, la papaia, xili, llima, coriandre i paprika es fonen amb els centelleigs de la festa nocturna a la platja: coures, or, verds, aigua...

Seguint la línia de les 3 col·leccions anteriors, l'equip de disseny de la firma, amb Usua Echegoyen al capdavant, presenta una col·lecció atemporal, versàtil i amb peces molt combinables entre si.

[\[+info\]](#)



LARHHA

Biografia

El poder transformador i inclusiu de l'arquitectura es trasllada a la moda en un canvi d'escala, i fa que l'individu que la porta o l'habita sigui particip i agent de canvi.

Colors vibrants del vermell al fúcsia, amb blaus i verds que evocuen el cel obert i la naturalesa, un patronatge contundent i l'upcycling com a part de la marca, que fan propi i extensible l'espai que sura entre el cos i el teixit. Dissenys que dilueixen el límit entre la peça i el refugi humà.

LARHHA pretén arribar des del seu univers conceptual al carrer, derivant en peces comercials que identifiquen la seva pròpia visió de la moda.

L'any 2020, els arquitectes en formació Miguel Marin, director creatiu, i Natalia Lorca, directora de marca i art, materialitzen la seva passió pel disseny en aquest projecte.

L'any 2019, va decidir unir les seves dues passions i va cursar un postgrau en Arquitectura, Moda i Disseny a l'ETSAM. Immediatament, el seu projecte final va captar un gran interès. Setmanes després de presentar-lo, la primera peça de la col·lecció es va publicar a la revista NEO2, vestida per la cantant Lola Índigo.

Col·lecció - LARHHA 23

Moda, societat i cultura. En aquesta col·lecció, pretenem aconseguir la unió entre els diversos estereotips i identitats de la societat actual. Existeix una fusió entre les siluetes clàssiques més sofisticades i l'estètica urbana i esportiva que dona pas a un món on les identitats es difuminen i s'adapten al medi. Defensem la individualitat com a part d'un col·lectiu que no obeeix normes ni les necessita.

LARHHA 23 pren com a base de la seva primera col·lecció, per madurar la seva línia experimental i incorporar elements de l'streetstyle actual. Les peces intercanviables generen altres looks i reflecteixen la versatilitat de la proposta, alhora que emmarquen rostres amb estètica dels seixanta i un aire retro-futurista, i interpreten elements actuals que enyoren els grans clàssics.

Partint sempre de les regles i els volums arquitectònics que busquen l'espai perfecte entre el cos humà i el seu refugi, s'adapten nous patrons com l'«espatlla LARHHA», que busca la línia entre la comoditat i l'experimentació de siluetes suggeridores.

[\[+info\]](#)



LEBOR GABALA

Biografia

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.

Un nom preciós i sonor va ser la seva primera declaració de principis. És la traducció de Leabhar Ghabhála Erenn, un conjunt de manuscrits gaelics del segle XI, que expliquen la fundació d'Irlanda. 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.

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

Col·lecció - INDIANES

Amb la col·lecció PV23 fem un viatge en el temps i ens traslladem al s. XVI i als cotons i sedes amb estampats toile de Jouy que els comerciants europeus van portar de les Índies i van desenvolupar primer a Irlanda i després a França- on va obtenir el seu nom-, convertint-se aviat en els preferits de Maria Antonieta i més tard popularitzant-se entre la societat europea.

En aquesta ocasió hem triat un estampat amb motius de selves exòtiques i li hem donat la volta a la tradició amb colors intensos i lluminosos com el fúcsia, el turquesa i el verd fulla, en vestits amplis i vaporosos i faldilles amb grans volants, fent-li així una picada d'ullet al seu origen.

Ho combinem amb confortables vestits de lli i cotó en tons que ens aporta la naturalesa- el cel, les fulles i la sorra- vestits de seti i jerseis calats en la mateixa paleta, per a tancar el cercle.

[\[+info\]](#)



LOLA CASADEMUNT BY MAITE

Biografia

LOLA CASADEMUNT -empresa líder en disseny, fabricació i comercialització de roba i accessoris per la dona- va néixer fa 40 anys de la mà de la Sra. Lola Casademunt. L'any 1981, la fundadora va començar creant a mà llaços, diademes i altres accessoris de cabell, amb un estil molt personal, al soterrani de la seva casa a Cardedeu (Barcelona).

La seva il·lusió i ambició van fer que al cap de poc les seves peces ja es poguessin 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.

Al cap de poc, Maite Casademunt, filla de la Sra. Lola, es va sumar a l'equip sent molt jove un cop finalitzats els seus estudis de Disseny. Aviat, la seva incorporació va suposar un canvi de direcció en la companyia, enriquint-la amb la creació d'una línia de moda. El seu esperit inconformista i emprenedor juntament amb la seva capacitat de creació i passió per vestir a la dona amb un estil propi, va fer que la companyia es posicionés com una companyia de moda líder a Espanya.

Des de 2018, Maite Casademunt està al capdavant de la companyia com a presidenta i directora creativa. Aquest canvi generacional ha fet que s'hagin unit l'experiència d'un herítage de més de 40 anys, amb la il·lusió, la frescor i la visió més particular de Maite.

Col·lecció - DREAMING AFRICA

Els colors intensos i la taca dels animals oriünds d'Àfrica impregnen les noves propostes de LOLA CASADEMUNT BY MAITE per la primavera-estiu 2023. Un viatge pel continent africà serveix d'inspiració amb unes referències que tenyeixen la col·lecció d'estampats animal print, peces fluides i amb volum i tonalitats enèrgiques. Unes tendències que la firma porta sempre més enllà fusionant-les amb el seu ADN, per traslladar-nos a una travessia per tot el territori: des de peces que, per al color, ens recorden a terres pròpies del continent -com la terracota i el taronja que esquitxen els estampats de zebra en blanc i negre- fins arribar a un oasi de color que es tradueix en aquestes mateixes peces de print animal en tonalitats intenses i dominants, com els fluor.

[\[+info\]](#)



LR3 LOUIS RUBI

Biografia

La seva carrera és una novel·la bildungsroman, en essència, una història de creixement. Una conseqüència d'inconformismes i pura passió per construir projectes personals i ajudar als altres a construir-los.

Durant els seus 16 anys en el món corporatiu d'empreses de moda, va passar de treballar en un magatzem a ser el director d'imatge d'una multinacional.

Sempre unint els punts primer i creant estratègies després, ha tingut l'oportunitat d'exercir múltiples responsabilitats: director de marxandatge visual, estilista, coordinador de disseny, creador d'experiències de compra o director d'imatge. Un camí perfecte que l'ha fet entendre tant la part del negoci com els processos creatius.

Fa tres anys, junt amb Daniel Corrales van llançar LR3 Louis Rubi. Un projecte on es posa en pràctica tot allò que aprèn durant la seva carrera, seguint, això sí, els valors que una marca de moda ha de tenir.

Col·lecció

Aquesta col·lecció és el resultat de l'exercici de treure les restriccions que tenim a l'hora de vestir. La idea és oblidar totes les regles del que, com o quant. La bellesa individual va primer i les regles no han de ser aplicades. Aquesta temporada introduïm a la nostra col·lecció permanent teixits increïbles que es mesclen amb materials senzills y versàtils. LR3 molt coneguda per les seves experimentacions amb els volums i les proporcions. LR3 Louis Rubi només fa tres anys que va néixer. Durant aquests anys hem aconseguit grans coses i ara ens hem proposat créixer i transformar la marca a través de l'art i la tecnologia.

Seguint la idea de fusionar tecnologia, art i moda, hem creat la LR3 Experience. Un show que mai s'ha vist per fer sentir a la gent els nostres dissenys i valors. Aquest projecte tracta d'això, de crear un impacte que faci canviar les percepcions de la gent. LR3 Louis Rubi vol inspirar a la gent que experimenti la roba com una forma de plaer i també volem inspirar a la gent al fet que s'alliberi, sense importar el gènere, les proporcions del cos, edat, raça o cultura. Incomptables hores a dins del 3D i programació gaming, intel·ligència artificial, realitat virtual, art audiovisual, arquitectura efímera, performance de llums, metres de panels de LED, més de 100 avatars i escultures són alguns dels elements que hi formaran part.

[\[+info\]](#)



MARTÍN ACROSS

Biografia

Situat en algun lloc entre els records de la infància, els paisatges dins de l'Equador, l'aire salat de les costes d'Espanya i els colors canviants que es troben al moment just abans d'adormir-se, trobem Martín Across. Un viatge d'exploració constant, una col·lecció d'objectes i textures que resideix a la frontera entre l'eteri i el tecnològic.

Els seus dissenys inspirats en els sediments, capes i minerals estan pensats per a companys de viatge, exploradors d'una consciència superior. Curiosos viatgers moguts pel color i la transformació.

Cada peça està feta a mà de manera exquisida a l'Equador amb materials locals, conciliant la nostra relació amb el nostre planeta, amb com produïm i consumim roba moderna.

Col·lecció - FW 23/24

Suspesa en el temps i desafiant la gravetat, aquesta col·lecció levita sota l'aigua. Les seves peces estan destinades a equipar el viatger; un viatger d'un altre temps i un altre paisatge.

Una realitat distorsionada, on pots caminar i escalar roques sota l'aigua, on el cos es desvincula de la ment i allò que veus a través d'aquest filtre submari està alterat, ondulat i brinda combinacions infinites de llum reflectida sobre les superfícies.

Aquesta col·lecció presenta peces utilitàries post-modernes, inspirades en el busseig de penya-segat i la pesca. Investiga la clàssica jaqueta workman i peces de vestir marineres de la dècada de 1920. La seva artesanía desenvolupa un efecte que al·ludeix al del naufragi d'un vaixell, mostrant detalls en corda, xarxa i ganxos.

En juxtaposició, trobem suaus peces de punt que a través de diferents tècniques, siluetes i estampats emulen la sensació de submergir-se sota l'aigua a la nit, amb centelleigs de llum i reflexos fluorescents de coralls i mol·luscs arrossegant-se.

En proximitat estreta amb l'ADN de la marca Martín Across, aquesta col·lecció replica patrons, formes i textures dels paisatges sud-americans, com si s'estigués escalant els Andes rocosos sentint l'aire fred a la cara.

Sentir-se marejat per l'alçada, però alegria per la força del seu cos agafant-se a la roca. Aquesta col·lecció explora la roba utilitària i la capacitat per evolucionar, transformar-se i adaptar-se a través d'aquests paisatges de roca i aigua.

[\[+info\]](#)



MENCHEN TOMAS

Biografia

Olga Menchén va estudiar a l'Escola d'Arts i Tècniques de la Moda de Barcelona. Un cop va 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 fer a mida.

Tot el procés productiu es realitza 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.

MENCHEN TOMAS pertany a l'Associació de Creadors de Moda d'Espanya (ACME).

Col·lecció - THE RAT PACK

The Rat Pack, un grup d'actors i músics estatunidencs que van participar junts en pel·lícules, concerts i altres espectacles durant els anys cinquanta i seixanta, inspira aquesta col·lecció de MENCHEN TOMAS, la qual pretén recollir la lluentor de la nit de Las Vegas i fa un homenatge a aquesta «colla de pocaveronyes».

Les línies dels vestits executius, la ratlla diplomàtica, les llanes, les sarges, els cristalls, els Swarovski, els volums en 3D, els blancs, els llimes, els blaus porcellana componen aquesta col·lecció. Patrons minuciosos. El conjunt resulta en una col·lecció que fusiona peces street wear amb peces de festa.

[\[+info\]](#)



REVELIGION

Biography

Vaig néixer a Sevilla l'any 1992 i em vaig graduar en disseny de moda al centre d'estudis superiors CEADE.

Tot va començar l'hivern del 2018, després de desfilar a la passarel·la MBFW Madrid amb la col·lecció Ritch, dins de la plataforma Samsung EGO. L'any següent, després d'una gran acollida mediàtica, vam tornar a desfilar dins de la mateixa passarel·la, aquesta vegada amb la col·lecció École.

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

Collection - OUTSIDER

Les brises del sud m'han anat recordant qui havia de ser després d'aquell despertar, eclipsada per les paraules dels que més m'estimaven... Recordaven dia rere dia que no era qui esperaven que fos.

Les terres em van fer guanyar i perdre, caminar i esperar... Dec molt a la meua llar, creieu-me, però em dono les gràcies per haver après a oblidar per trobar, per trobar-me.

Aquesta col·lecció tracta d'això, de la cerca, de l'ésser, de l'aposta per un mateix, per aquells que no troben el seu lloc i l'espai per créixer, que fins i tot perden quelcom de les coordenades dels seus cognoms.

[\[+Info\]](#)



SIMORRA

Biografia

A SIMORRA, comptem amb més de quaranta anys d'experiència. Gràcies a això, entenem el disseny d'avantguarda com un vehicle d'expressió i llibertat creativa i com a filosofia de marca. Ens inspirem en la puresa del material i en el seu valor simbòlic per compartir narratives que connecten amb totes les generacions, ja que ens uneixen en tots els aspectes més senzills.

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 - NOMAD

La col·lecció està inspirada en aquelles dones intel·ligents, curioses, valentes i inquietes que, guiades per l'estel polar, van començar un viatge per trencar amb les normes socials i van decidir explorar més enllà de la seva llar.

Nomad és l'inici d'un viatge per cercar allò real, un viatge en què la bellesa cobra sentit sota el concepte d'unió.

[\[+info\]](#)



THE LABEL EDITION

Biografia

The Label Edition neix a principis del 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 i el seu punt fort és l'exhibició de les seves peces a la web. Des dels seus inicis, s'ha volgut potenciar la part d'imatge i comunicació de la firma, per crear una marca centrada no només en el disseny de la peça, sinó també en transmetre uns valors i una estètica a través d'aquesta. 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. 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 incloure una filosofia de reciclatge en algunes càpsules i impulsar la slow fashion.

Col·lecció - UPSTAGING (FW22/23 - SS23 collection)

El fet de prendre total protagonisme i sentir-se el centre d'atenció, reflectint així la seguretat, poder i personalitat de forma completament innata, sense esforços.

Per aquest motiu, en aquesta ocasió i per a aquestes dues col·leccions que presentem (FW22/23-SS23), col·leccions que se superposen i s'uneixen al mateix temps pel que fa al concepte, hem volgut ressaltar aquests valors que defineixen el nostre prototip de dona, la que arrisca, la que és segura d'ella mateixa, en poques paraules, la que brilla per si sola i no deixa d'eclipsar.

Aquestes dues col·leccions van dirigides a ella, per la seva capacitat de reinventar-se continuament, per a donar el millor d'ella mateixa, combinant així les peces de roba segons la seva personalitat per sobre de les modes i les temporades, destacant un estil molt femení, fort i amb actitud. Utilitzant materials i colors vibrants així com formes més rectes. Donant una dimensió sexy, però suggerida a la col·lecció FW22/23 i volums més fluïds, siluetes més amples i amb més vol per SS23.

UPSTAGING ens convida a un món on brillar i eclipsar, només és decisió teva.

[\[+info\]](#)



TÍSCAR ESPADAS

Biografia

TÍSCAR ESPADAS (Úbeda 1993) creadora visual multidisciplinària (Dissenyadora de Moda, Artista i Il·lustradora). Després del seu recorregut per diferents cases de moda a Madrid i Copenhague es va llicenciar en un Màster en Moda Masculina al Royal College of Art a Londres.

Tiscar treballa actualment en el seu propi estudi creatiu, fundat l'any 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.

Les peces treballades com si fossin un diari, recullen en si un procés de treball complex i arrelat en tècniques artesanals. Incorporant el detall, la subtilitat del mim de la matèria i el que accidentalment cada peça ha anat trobant al llarg del camí. Per tant, cada peça és única i elaborada per fabricants locals, realçant els signes del complex procés i l'artesanía.

La seva roba i pintures han estat exposades en diversos museus i galeries d'Europa, Regne Unit i el Japó.

Col·lecció - CAPÍTULO 4, ACT I

La col·lecció "CAPÍTULO 4, ACT I" neix conscient del trànsit, amb la voluntat de ser un vincle d'unió, nexa entre elements fins ara distants... i planteja al destinatari la pregunta "Què/Qui vols ser?". Ens proposa la possibilitat de construir/inventar el nostre propi personatge. Fantasiejar amb llibertat en els nostres desitjos, que és la manera més directa de trobar qui realment som. Com en aquell món dels SOMNIS (una manera més de trànsit), on encara som nosaltres, però la realitat es fa més elevada i creativa a través de la imaginació. Tot es fa possible. Cada vegada més lliures, cada vegada més lluny.

Aquest permanent pelegrinatge-romeratge- ens permet construir col·leccions que no estan en cap lloc allè del "mercat", col·leccions que no són d'estiu o d'hivern- o ho són a la vegada- entre allò masculí i allò femení, és a dir, en allò humà, amb reminiscències del nostre passat, però obrint formes al futur... és a dir en permanent TRÀNSIT.

[\[+info\]](#)



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. Inclosa en el 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 Gaudi. Llicenciada en Belles Arts per la Universitat de Barcelona.

Col·lecció - PUNTS DE FUGA

Txell Miras FW 2022/23

La col·lecció és un exercici de geometries. Punts de fuga horitzontals són els protagonistes de la proposta cromàtica de les peces. Aquestes línies són el fil conductor d'un joc de contrastos que combina, en contraposició, amb línies verticals que actuen de pilars rígids i contundents. El resultat és un estat de calma, de quietud, com si es tractés d'un esquelet sòlid i ben subjecte.

Teixits: llana, cotó, viscosa, punt roma, encoixinats, neoprè, punt de tricot, copró, denim.

Colors: xocolata, mostassa, camel, pedra, natural, negre, vermell, blanc, vainilla, blau marí i indi.

[\[+info\]](#)



YOLANCRIS

Biografia

Yolanda Pérez neix a Sabadell el març de 1978. Va estudiar a la mateixa ciutat a una escola semiprivada. Quan tenia set anys (el 1985), la seva mare Mercedes obrí el seu primer negoci dedicat a les núvies. La Yolanda i la seva germana Cristina jugaven amb les agulles i a amagar-se entre els vestits. 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 vint 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.

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 els 70.

L'any 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 - IDILIA

La col·lecció SS23 continua apostant per l'elegància atemporal, la varietat de colors, estampats, textures i volums. Una col·lecció que mira a la dona dels anys 60, a aquell contrast entre la feminitat i aquella glopada de lluita i llibertat que es respirava. Una col·lecció sexy i intensa.

Destaquen els teixits amb un print potent i original i els colors primaris llisos.

Les siluetes juguen amb els volums, les asimetries i la riquesa d'una varietat d'exquisits teixits que van des del tafetà, la punta, la seda i la pedreria brodada a mà.

El joc de proporcions mini-maxi, com volums ondulats combinats amb microtalls, no deixaran a ningú indiferent i ben segur inspiraran a més d'un a entendre la versatilitat i el joc dels nostres dissenys. Vestits que van més enllà del gran esdeveniment o el video de TikTok.

Una picada d'ull a l'empoderament femení, la subtilitat i l'encant d'allò irreverent.

[\[+info\]](#)



080 REBORN

El *Reborn Fashion Show* és una desfilada de moda de segona mà impulsada per l'Agència de Residus de Catalunya, el Consorci de Comerç Artesania i Moda de Catalunya i Girbau LAB amb estilismes creats per Fermin+Gilles, enmarcada en el Pacte per a la moda circular. Una iniciativa oberta, transversal i innovadora per transformar el sector del tèxtil.

Aquesta iniciativa impulsada per la Generalitat de Catalunya, promou un acord voluntari per transformar el sector del tèxtil cap a un model circular: incrementar la durabilitat dels productes i el percentatge de material reciclat incorporat als teixits, reduir i eliminar l'ús de materials nocius, augmentar la reutilització amb la implementació de nous models de negoci i desplegar estratègies de producció més netes i eficients.

Per això, és protagonista al 080 Barcelona Fashion el Reborn Fashion Show, una desfilada amb estilismes de segona mà, realitzats tant amb peces de roba reutilitzada com upcycled, procedent de botigues col·laboradores com Humana, Solidança, Formació i Treball, Pink Flamingo, Le Swing o Las Pepitas, entre moltes altres, que busca educar i conscienciar al públic sobre la durabilitat de la vida de la roba.



Generalitat de Catalunya
Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural



Agència de
Residus de
Catalunya



LR3 EXPERIENCE

La marca de roba LR3 Louis Rubi presenta la seva nova col·lecció en primícia mundial a la 30a edició del 080 Barcelona Fashion en un format que canviarà per sempre la manera en la qual entenem les desfilades de moda i inclús la pròpia bellesa. Es tracta del LR3 Experience, un projecte que uneix tecnologia, art i moda a través d'un recorregut en el qual el visitant podrà experimentar en primera persona els valors d'una marca que, va néixer per canviar les normes del joc de la indústria de la moda.

LR3 Experience és una oda a la bellesa que no està arquetipitzada. Quan deixes de jutjar als altres, comences a veure la bellesa en tu mateix i des d'aquest punt pots començar a gaudir de la roba sense restriccions. Aquesta és la proposta de LR3 Louis Rubi, a més, pensada en un format que no s'havia vist mai abans en una desfilada.

La nova col·lecció de LR3 Louis Rubi parteix del seu característic joc de color, de volum, de proporcions i de moviment. En aquesta temporada, el joc va més enllà amb una contraposició de teixits, com els lluentons, la llana bullida, les sedes, el denim, el vellut, el cotó o el guipur. Els estampats amb motius florals es creuen amb quadres en una paleta de colors que va degradant del vermell al groc, passant pel taronja o el teula.

LR3 Experience és un punt d'inflexió en l'evolució d'una marca creada fa tres anys amb la intenció de promoure el canvi des del món de la moda. La idea és exportar aquest format a altres països i seguir desenvolupant nous espais tecnològics i artístics que millorin l'experiència de l'usuari dins de la marca. Una transformació que va des del desenvolupament d'un videojoc fins a l'exploració de les possibilitats que ofereix la intel·ligència artificial o el Metavers.





080 BARCELONA FASHION CONNECT

El showroom organitzat per la Fundació per a la Innovació Tèxtil (FITEX) amb el suport del Departament d'Empresa i Treball i el Clúster català de la Moda (MODACC), celebren el dijous 20 d'octubre una nova edició del 080 Barcelona Fashion connect.

L'esdeveniment de moda en format virtual de show televisiu, unifica i centralitza les presentacions de les marques participants en un plató on aquestes poden presentar la seva identitat i col·leccions des d'un mateix espai, en comptes de fer-ho des de les seves seus com en edicions anteriors.

L'objectiu d'aquest esdeveniment és facilitar l'accés a nous mercats, acompanyar les empreses en el procés de transformació digital i generar oportunitats de negoci internacionals a través de l'exportació de marques de moda catalanes.



080 BARCELONA FASHION CONNECT – Marques

- LEAP CONCEPT
- MAGNO MONTERO
- SITA MURT
- ESCORPION
- SENTIRE STUDIO
- IAIOS
- ALDOMARTINS
- GUITARE
- NEKANE
- BAD HABITS
- SABINIS
- IODENA
- ALOHAS
- CARMEN SAYS
- ZHANNAONA
- LOLA CASADEMUNT
- MAGGIE SWEET
- LUIS CIVIT
- MONSEL
- CANUSSA
- HAPPY BELLY BARCELONA
- IMARIT
- YERSE
- PAOLA MOLET
- BALUARD BARCELONA



TEXMEETING BY TEXFOR

La indústria tèxtil està immersa en un nou procés de canvi. El context actual ens demana esforços de reducció de residus i de cerca de nous sistemes de producció que siguin més amables amb el Medi Ambient però, alhora, que permetin mantenir la capacitat competitiva en els mercats nacionals i internacionals. Una de les claus fonamentals és el reciclatge post-consum i les oportunitats industrials que ofereix la recuperació de fibres usades.

El TexMeeting 2022 té l'objectiu d'explorar aquest panorama. Ho fa a través de la mirada dels industrials i els esforços innovadors que fan en la producció a partir de fibres reciclades i matèria primera biobasada. També s'escolta el punt de vista i l'estratègia dels qui consumeixen aquest material reciclat: distribuïdors de moda, la indústria consumidora del tèxtil tècnic com ara fabricants d'automoció, etc.

Aquesta activitat s'emmarca en el programa de la 080 Barcelona Fashion Week i el Pacte per a la Moda Circular.



PROGRAMA

25.10.2022

12.30 080 INAUGURACIÓ
14.00 ESCORPION
16.00 ALL THAT SHE LOVES
17.30 TÍSCAR ESPADAS
19.00 LOLA CASADEMUNT BY MAITE
20.30 AMLUL

Durant tots els dies es realitzarà la
"LR3 Experience" (dia 25, de 14h a 21h i
la resta de dies, d'11h a 21h)

Village: 12h a 21:30h



PROGRAMA

26.10.2022

12.00 IS COMING
14.00 LARHHA
16.00 SIMORRA
17.30 EÑAUT
19.00 TXELL MIRAS
20.30 DOMINNICO

Durant tots els dies es realitzarà la
"LR3 Experience" (dia 25, de 14h a 21h i
la resta de dies, d'11h a 21h)

Village: 11h a 21:30h



PROGRAMA

27.10.2022

12.00 GUILLERMINA BAEZA
14.00 LEBOR GABALA
16.00 MARTÍN ACROSS
17.30 THE LABEL EDITION
19.00 CUSTO BARCELONA
20.30 AVELLANEDA

Durant tots els dies es realitzarà la
"LR3 Experience" (dia 25, de 14h a 21h i
la resta de dies, d'11h a 21h)

Village: 11h a 21:30h



PROGRAMA

28.10.2022

12.00 REBORN FASHION SHOW
14.00 EIKO AI
16.00 HABEY CLUB
17.30 REVELIGION
19.00 YOLANCRIS
20.30 MENCHEN TOMAS
21.00 30th EDITION CLOSING PARTY

Durant tots els dies es realitzarà la "LR3
Experience" (dia 25, de 14h a 21h i la resta de dies,
d'11h a 21h)

Textmeeting by Texfor de 9:30h a 11:30h

Village: 11h a 21:30h

ESPAI



La 30a edició del 080 Barcelona Fashion es celebra en el Recinte Modernista de Sant Pau, de Lluís Domènech i Montaner, construït entre el 1905 i el 1930.

L'espai és patrimoni de la UNESCO des de 1997 per la seva singularitat i bellesa artística. Aquest impressionant complex arquitectònic del modernisme català, situat al barri del Guinardó, serà l'escenari d'aquesta edició.

L'antic hospital, caracteritzat per les seves vidrieres, mosaics i jardins, és actualment la seu d'institucions referents en els àmbits de la innovació, la sostenibilitat i la cultura.



CÀSTING

La selecció de models d'aquesta edició del 080 s'ha realitzat de forma selectiva i meticulosa per obtenir un càsting el més divers possible.

Així també considerem clau seguir comptant amb models que estan despuntant a les grans passarel·les d'arreu del món com Estrella Gómez, Rolf Shrader, Miriam Saiz, Lorena Duran, Olivia Martin o Mark Van der Loo junior, Alex de la Croix, Pablo Fernández, Simone Bricchi o Ibrahima Kone. D'altra banda, com a cada edició, apostem per donar oportunitat a nous rostres que creiem que poden tenir un llarg recorregut en aquesta professió.



PATROCINADORS

Ens acompanyen en aquest camí i ajuden a fer possible la 30^a edició 080 Barcelona Fashion les següents marques patrocinadores:

PATROCINADORS

Kevin Murphy (perruqueria oficial)

MAC Cosmetics (Maquillatge oficial)

Nobu Barcelona (Hotel oficial)

Polestar (Cotxe oficial)

Cointreau (Licor oficial)

Seguras Viudas (Cava oficial)

COL·LABORADORS

Rowenta

Garmin

Natur All

Girbau

La Roca Village

Thuya Professional Line



PATROCINADORS

KEVIN.MURPHY

KEVIN.MURPHY és l'exclusiva marca australiana de perruqueria professional present a 60 països, i a més de 150 shows de moda i fashion weeks internacionals.

Basada en la sostenibilitat, la moda i productes d'alta eficàcia, darrere de la marca està l'estilista Kevin Murphy, una icona de la indústria de la moda que va ser nomenat el creador de les 'beach waves' per la revista Vogue. Els seus treballs ocupen portades de les publicacions més importants del món, sempre avançant-se a les tendències del moment.

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



MAC Cosmetics, maquillatge oficial de 080 Barcelona Fashion, es consolida el 1984 com una de les marques d'autoritat mundial de maquillatge professional. Això s'aconsegueix gràcies a l'experiència i recorregut en l'art del maquillatge. M·A·C celebra la diversitat i la individualitat respectant totes les races, totes les edats i tots els gèneres i continua donant suport a la moda amb la seva participació en la fashion week.

Així com amb els seus serveis virtuals de maquillatge, 100% personalitzats i gratuïts, amb els que els seus maquilladors professionals poden atendre i assessorar els consumidors, dels últims trucs de bellesa i moda en maquillatge, sense necessitat d'anar a la botiga.

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



PATROCINADORS

NOBU HOTEL
BARCELONA

Luxe contemporani, disseny d'avantguarda, minimalisme japonès i una experiència gastronòmica espectacular es combinen sense esforç al Nobu Hotel Barcelona. Dissenyat pel mundialment reconegut arquitecte David Rockwell compta amb 23 plantes d'alçada i es troba lluny dels carrers més concorreguts de Barcelona, acollit per l'autenticitat d'un barri català.

259 espaioses habitacions i suites ofereixen un santuari urbà amb una decoració minimalista, així com unes vistes panoràmiques de la ciutat que deixen sense alè. D'altra banda, els elegants gimnasos i banyar creen un ambient de retir amb la seva zona d'aigües, sala de vapor, sauna i tres cabines de tractaments, tot inspirat en la tradició de l'onsen japonès.

En l'alt de l'edifici es troba el restaurant Nobu, dotat amb magnífiques vistes de la ciutat. El restaurant ofereix el mundialment famós menú creat per Nobu Matsuhisa, una barra de sushi, un lounge bar i el Matsuhisa's Private Dining Room, un espai privat tant per a sopars íntims com esdeveniments exclusius amb una extraordinària panoràmica com a teló de fons. Allotjar-se en el Nobu Hotel Barcelona és triar una experiència única entre tots els hotels de disseny de la ciutat.

www.barcelona.nobuhotels.com/es/
@nobuhotels

Polestar

Polestar és una marca sueca premium de vehicles 100% elèctrics d'alt rendiment amb un ADN basat en la sostenibilitat, la performance, la tecnologia i el disseny. La marca, present a 26 països d'Europa, Nord Amèrica i Àsia, va arribar a Espanya el maig del 2022 amb el Polestar 2 fastback performance i acaba de presentar el Polestar 3 el primer SUV. L'objectiu de Polestar és promoure i accelerar el pas a una mobilitat elèctrica sostenible, guiant i acompanyant la presa de consciència per al bé del planeta.

<https://www.polestar.com/es/>



PATROCINADORS

COINTREAU

Des dels seus orígens en 1849, la Maison Cointreau expressa la mateixa autenticitat, inspirada per l'impuls creatiu que li va donar vida. Equilibri, moments, plaer, estil... La recepta d'aquest licor de taronja transparent ha conservat la seva autenticitat original des de la seva creació. El seu caràcter i excel·lència recauen en la selecció de les millors pells de taronja dolces i amargues, una tasca meticulosa confiada al Màster Destiller de la Maison Cointreau, Carole Quinton.

Cointreau és el licor de taronja triple-sec líder en el món i gaudeix d'una àmplia presència en els cinc continents. La seva qualitat superior ho converteix en un "must" entre els bartenders i s'ha guanyat un lloc en els bars més respectats del món.

www.cointreau.com/es
@cointreau



Segura Viudas

Segura Viudas. Respecte per les arrels des de fa més de 800 anys. Segura Viudas és un celler premiat als tasts de vins i caves més prestigiosos en l'àmbit nacional i internacional. La nostra vinya acull històries úniques de les quals estem especialment orgullosos.

La seva herència, les arrels del passat: Llarga tradició en l'elaboració de cava i vins, elaboració tradicional, alts estàndards de qualitat i cura i amb una masia emblemàtica

Les seves vinyes, arrels del raïm: Vinyes arrelades a terra ric en minerals, que donen vida als millors raïms per fer els vins i caves més Premium, raïms autòctons i nadius del Penedès, comprensió i promoció de la biodiversitat de l'ecosistema al voltant de l'Heretat i certificada com a celler sostenible.

<https://seguraviudas.com/es/>



COL·LABORADORS



Garmin, líder mundial en navegació per satèl·lit amb més de 30 anys d'experiència, ofereix productes per al sector de l'automoció, l'aviació, la nàutica i les activitats esportives a l'aire lliure. El model empresarial basat en la "integració vertical" desenvolupa tots els processos de disseny, fabricació, màrqueting i emmagatzematge de forma interna, la qual cosa permet oferir productes d'un sol ús senzill, amb un disseny atractiu, qualitat superior i un preu competitiu. I a més, destaca per oferir innovadores característiques que milloren les vides dels nostres clients.

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



Als certàmens de moda més prestigiosos del país els professionals de la moda exigeixen resultats impecables en els seus estilismes. Tecnologia, experiència i moda s'uneixen en les desfilades dels principals creadors a través de Rowenta com a planxat oficial per a cuidar de les peces de tots els dissenyadors i aconseguir uns estilismes impecables.

A més a més, tots els estilismes estaran higienitzats, ja que els productes de planxat de Rowenta eliminen el 99,99% de virus, bacteris i gèrmens gràcies a la gran potència i alta temperatura del vapor, sense necessitat d'utilitzar productes químics o substàncies nocives.

www.rowenta.es
[@rowenta_es](https://twitter.com/rowenta_es)



COL·LABORADORS



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: cel·les i pestanyes, color i construcció d'ungles; tractaments per la cura de mans i peus.

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



LA ROCA
VILLAGE

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 a col·laborador del 080 Barcelona Fashion.

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



COL·LABORADORS

**NATUR
ALL!**

NATUR ALL és una nova marca internacional: fresca, divertida i diferent.

Volem inspirar un nou estil de vida basat en una alimentació saludable que permeti garantir la sostenibilitat i la cura del medi ambient.

Productes sans, sostenibles i deliciosos per a crear una relació honesta amb els ingredients, les persones i l'entorn.

Drink Different!

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

GIRBAU LAB

Girbau LAB, espai d'innovació col·laborativa per a transformar la indústria

Girbau LAB identifica entorns innovadors a escala mundial i interactua amb ells per explorar, cocrear i desenvolupar noves iniciatives, idees, solucions i tecnologies que contribueixin a transformar la indústria cap a un nou paradigma d'economia circular i regeneració. El seu objectiu és dur a terme solucions que tinguin en compte els límits planetaris i contribueixin al benestar de les persones; inspirar un canvi significatiu en la indústria amb la voluntat de transformar radicalment la manera com consumim recursos avui; esdevenir una font de coneixement i experiències en relacions col·laboratives, obrint noves portes i creant aliances estratègiques amb la comunitat.

**080
BARCELONA
FASHION
WEEK**

30 TH EDITION