



080 **32ND**
BARCELONA **EDITION**
FASHION
WEEK 24 - 27
OCTOBER
2023

080 BCN FASHION ÉS...

01

Una plataforma multidisciplinària impulsada per la Generalitat de Catalunya mitjançant el Departament d'Empresa i Treball, a través del Consorci de Comerç, Artesania i Moda (CCAM).

03

Impulsa la transformació del sector de la moda a Catalunya, tant a nivell nacional com internacional, a través de la innovació i la creativitat.

02

Actua també com a motor de canvi i element de conscienciació envers diferents valors socials com la sostenibilitat, la circularitat i la diversitat en la indústria de la moda.

04

Ofereix un espai de diàleg i reflexió a creadores, creadors i indústria per tal d'explorar noves formes d'expressió, de consumir i de relacionar-se.

01

DISSENYADORES, DISSENYADORS I MARQUES

ALL THAT SHE LOVES / AMLUL / BIELO_OSCARLEON / CARLOTA BARRERA / CHERRY MASSIA / COMO LA TRUCHA
AL TRUCHO STUDIO / CUSTO BARCELONA / DOMINNICO / EÑAUT / ESCORPION / GUILLERMINA BAEZA / HABEY
CLUB / LEBOR GABALA / LEMĀCHET / LOLA CASADEMUNT BY MAITE / NATHALIE CHANDLER / OUTSIDERS DIVISION
/ PAOLO LEDUC / SIMORRA / THE ARTELIER / THE LABEL EDITION / SYNDICAL CHAMBER.

01 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 al TCN, firma a la qual pertany durant setze anys, fins que arriba a la direcció creativa de les col·leccions de la marca. L'any 2015, posa en marxa el Clara Esteve Studio a Calonge (Girona), en plena Costa Brava, com una declaració d'intencions: treballar amb col·laboradores i proveïdors propers, per connectar amb el teixit industrial de la zona i prioritzar la producció local. 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.

All That She Loves crea les seves col·leccions a partir del sector swimwear & intimates, que complementa amb altres peces per aconseguir que cada col·lecció tingui la seva pròpia atmosfera i pugui afinar una proposta d'estil completa. Un estil chic relaxat, que concedeix la màxima importància a les textures suaus i als acabats molt treballats, perquè les peces esdevinguin una vistosa carícia que ofereix confiança i poder.

Des de la primera col·lecció, Clara Esteve aposta per tècniques sorgides del tie-dye com un dels ADN de la marca. Per obtenir aquest efecte, les peces s'elaboren amb teixits d'alta qualitat merceritzats amb preparats per tintar-les posteriorment. Cada peça es manipula, es lliga i es doblega manualment, abans d'introduir-la dins els recipients de tintura, per aconseguir que cada peça tingui un aspecte especial, exclusiu i únic. Un cop tintades, les peces passen per un sofisticat procés de deslligats, acabat de costura i planxat.

El concepte de la marca parteix d'unir la tècnica i tecnologia d'avantguarda amb l'artesanía 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. ATSL is about love and it's all that she loves.

COL·LECCIÓ - THE LIGHTHOUSE

Un far protector, un edifici solitari que treu el cap a l'horitzó, per sobre de les roques escarpades del Cap de Creus, marca la imatge de la nova col·lecció SS24 que Clara Esteve ha dissenyat per a ALL THAT SHE LOVES. Reflexos de llum sobre una mar esvalotada i els tons pastel de l'alba. Les tardes humides, a vegades boiroses. La suau alegria del sol del migdia. Les nits plenes de constel·lacions infinites. Són postals de la Costa Brava, sempre amb l'essència d'una marca que construeix, entre pinedes i pedres desordenades, un ADN que fa olor de brea i de sal. Una dona a l'empara. Pròxima, entusiasta, acollidora, vital. Llumínosa guardiana de la seva pròpia llum: el brillant far d'ALL THAT SHE LOVES.



02 AMLUL

BIOGRAFIA

Amlul neix meitats del 2019 de la mà de la seva fundadora i directora creativa, Gala González, després de més de deu anys de professió 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 en un èxit internacional i nacional com la primera i és una reconeguda precursora de la creació 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 el 2019 fer un pas més enllà i llançar la seva pròpia marca de roba de producció i disseny made in Spain.

COL·LECCIÓ - THE SECRET GARDEN

Amlul crea dissenys versàtils que celebren la bellesa de ser dona. Peònies, liris, buguenvílies, espígol... The Secret Garden és una nova col·lecció de colors i infinitat de tonalitats, tan intenses que et transportaran a un món on les peces tenen el seu propi llenguatge.



BIELO_OSCARLEON

BIOGRAFIA

Josep Puig Romeu va connectar des de ben jove amb l'herència manufacturera de la seva família. Va fundar la seva pròpia marca, Bielo, on combina la seva estètica delicada i experimental amb l'experiència i els coneixements adquirits al llarg de la seva trajectòria dins l'empresa. El punt d'inflexió més significatiu va ser la connexió amb l'artesanía japonesa. La fusió de les tècniques occidentals i orientals va donar lloc a materials sorprenents i excepcionals que caracteritzen la marca. El resultat és modern i refinat, transformant i revolucionant els patrons tradicionals. Josep Puig Romeu i el seu equip experimenten de manera rigorosa amb tècniques de teixir innovadores que donen com a resultat estructures inusuals, transformant les seves idees en formes i volums. Cada col·lecció està marcada per combinacions de colors distintius i atrevits, sempre experimentant amb nous patrons, noves tècniques de punt i les millors matèries primeres.

Un altre punt d'inflexió és la localització, reflecteix l'estètica de la marca; els seus colors i textures. En endinsar-te a Bielo, descobreix una sensació de llibertat i mirada visionària; un sentiment enganyosament senzill, però amb un llarg recorregut i distingit potencial. Oscar Leon i Bielo, col·laboren creant una àmplia varietat d'accessoris, on regeixen un paper important, aportant fins a l'últim detall.

COL·LECCIÓ - LOS VIAJEROS

Partició sil·làbica: vi_at_jar / Etimologia: de viatge / Verb intransitiu:

- Fer viatge, anar de viatge.
- Ser transportada alguna cosa al punt de destinació.

«Totom està de viatge, recorrent la vida amb diferents punts de partida i aspirant a destins finals. El viatger és conscient que allò més important és el trajecte entre el punt de partida i el d'arribada. El més valuós són els records, els objectes que es recullen i les amistats i relacions que s'experimenten pel camí. Així que reserva un bitllet, fes la maleta, agafa un tren i llança't a l'aventura per la naturalesa amb un estil de vida nòmada; a veure on et porta! Què t'endús de viatge i com penses arribar fins a la teva destinació?»



04 CARLOTA BARRERA

BIOGRAFIA

Carlota Barrera representa la nova manera de vestir a través d'una col·lecció conscientment dissenyada de peces atemporals amb un enfocament contemporani, celebrant l'evolució d'identitats. "La nostra missió és exercir un paper en la redefinició dels codis d'estatus i luxe d'una manera que sigui millor per a la societat, la cultura i el medi ambient". La dissenyadora espanyola Carlota Barrera va estudiar en escoles com Central Saint Martins i IED abans de formar part dels equips de disseny de diverses cases de moda. Va finalitzar els seus estudis graduant-se amb honors en 2017 amb un Màster en Moda Masculina i Sastreria al London College of Fashion, amb un projecte centrat a potenciar l'artesania espanyola i integrar-la en un context de moda contemporània global. La seva col·lecció 'The Matador and The Fisherman' es va convertir en la primera col·lecció de la seva marca homònima. Després de presentar la seva visió contemporània de la moda masculina, la marca ha evolucionat cap a un enfocament sense gènere, presentant col·leccions en la Setmana de la Moda de Londres i rebent premis com Vogue Fund 2019, ModaFAD i MCDM, entre altres. La idea d'experimentar amb el que està cobert i el que triem descobrir es converteix en un codi central de la marca; iniciant un diàleg sobre gènere i regles rígides que són reemplaçades per identitats en evolució.

COL·LECCIÓ - CORE COLLECTION

En un món on l'evolució no coneix descans, on les fronteres de gènere s'esvaeixen i les identitats es barregen sense esforç en una sinergia progressiva, la Col·lecció Core de Carlota Barrera resorgeix com un testimoni atemporal a la sostenibilitat. Com un armari dissenyat per a un 'time-traveller' contemporani, aquell que viatja sense esforç entre passat i futur, la Col·lecció Core desafia les limitacions de la nostàlgia. Així i tot, s'arrela en el present i proclama audaçment un manifest de fluïdesa. Obre el camí, visualitzant un món on la roba actua com un catalitzador de la transformació en un escenari en constant canvi. Aquesta col·lecció representa els valors fonamentals de Carlota Barrera: una celebració de les identitats diverses, un homenatge a l'adaptabilitat trans-estacional i una promesa de rellevància duradora. És la fusió entre la consciència i el valor perdurable, una inversió tant en el present com en el futur, un tribut a l'imparable viatge de les identitats en constant evolució.



05 CHERRY MASSIA

BIOGRAFIA

Cherry Massia reinterpreta els codis de l'alta costura, que combina amb una estètica underground i un potent missatge al darrere. Irene R. Massia (Sevilla, 1995) ha presentat les seves col·leccions a passarel·les i fires a Madrid i a París i, al llarg de la seva carrera, ha vestit nombroses personalitats del món de la música i de l'entreteniment, com ara Milena Smit, Nathy Peluso, Aitana, Blanca Suárez, Lola Índigo, Ana Torroja o Carolina Yuste.

Fusiona filosofia, mitologia i moda, i treballa sempre sobre la feminitat. A través de les seves peces, genera un diàleg entre les seves pròpies emocions i el món que l'envolta, mitjançant històries on la força, la dualitat i l'evolució sempre són presents.

COL·LECCIÓ - EROS Y PSYCHE

Prenent com a inspiració el mite grec homònim, Cherry Massia presenta una col·lecció que tracta la fusió entre l'ànima i l'amor, alhora que reflexiona sobre la idea que aquest no es troba fora, sinó dins de nosaltres mateixos. A través de la figura de Psique, qui s'embarca en el seu propi camí de l'heroi, es planteja una evolució que desenvolupa conceptes com la feminitat, la baixada a l'inframón i la connexió amb l'espiritualitat. S'entén aquest personatge com una heroïna per dret propi, on aquest poder de creació del seu destí està més relacionat amb un procés de conquesta interior que amb la guerra. Així, s'altera el concepte dels rols heroics i es permet construir una progressió metafòrica de la lluita de l'ànima en la seva cerca de l'amor per si mateixa i per la vida. Colors com el vermell cirera, el negre, el blanc trencat o el gris plata evocuen l'amor, el sacrifici, el poder de creació i de destrucció, la serenitat, la passió i l'harmonia entre el pla psíquic i l'univers material.

Conflueixen així peces que juguen entre l'estructuració i la fluïdesa, amb elements inspirats en la cotilleria readaptats a una estètica funcional, detalls cut out que generen formes orgàniques i frunzits que s'adapten al cos i generen una silueta poderosa, sensual i etèria.

D'aquesta manera i en conjunt, es planteja una progressió similar a l'evolució del camí de Psique, és a dir, a la lluita heroica de la ment en la seva cerca de l'amor per si mateixa i per la vida.



COMO LA TRUCHA AL TRUCHO STUDIO

BIOGRAFIA

Amanda i Adonais són els encarregats de donar vida a la firma des de l'any 2014, després de graduar-se en Disseny gràfic i especialitzar-se en disseny de moda. Aposten per una filosofia de marca en què portar la peça sigui tota una experiència, convertint-se en un moment de frescor, alegria, comoditat i efervescència. Ho aconsegueixen mitjançant el color, la vitalitat que transmeten amb les seves combinacions i tot el que envolta la marca. Dissenyen principalment per a dones actives i dinàmiques, tenint en compte la comoditat i versatilitat. Els estampats emprats a les peces són el seu segell d'identitat i són creats per ells mateixos, utilitzant una paleta de colors pastel en totes les seves col·leccions. El seu taller està situat a Gran Canària, on resideixen tots dos des de fa 12 anys. Dirigit per Amanda, l'encarregada de donar vida a les creacions d'Adonais, junts fan brillar de color cada disseny, cuidant molt cada detall.

COL·LECCIÓ - UHLALÁ RESORT

UHLALÁ RESORT és una col·lecció inspirada en Palm Springs, un dels racons més màgics de Califòrnia. Ens endinsem en aquest lloc diferenciant 3 blocs: un inicial on ens apropem a la destinació i podem apreciar la seva estètica retro, de colors pastels, les formes orgàniques de la seva arquitectura, envoltat d'un entorn ple de palmeres; un segon bloc on coneixem el resort UHLALÁ i tots els seus personatges, caracteritzat per una combinació d'estampats i colors sòlids, i on fem al·lusió a una estètica tiki, ja que està present en la decoració de Palm Springs; i un tercer bloc on hi ha una explosió de color, amb uns talls més propis de la nit, còctels i festa.



07 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 en aquella època, no existia a Espanya. 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.

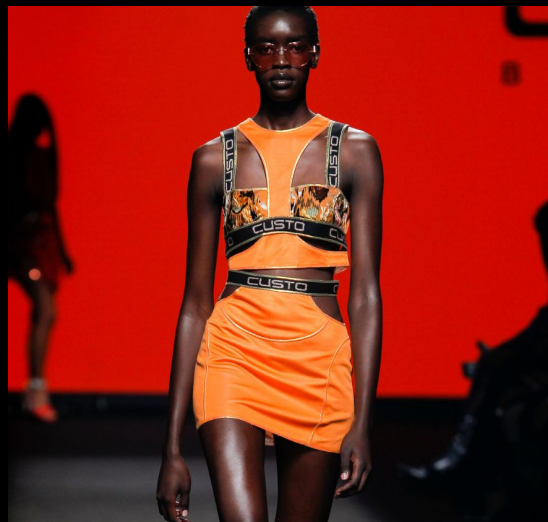
Actualment, podríem dir que Custo Barcelona existeix com un estil en ell mateix, que en certa manera suggereix una forma concreta de veure la vida. Una manera de veure la vida que s'expressa en col·leccions per a dona i home.

CUSTO BARCELONA AVUI

Custo Barcelona és avui una marca d'imatge consolidada que des del 1997 presenta les seves col·leccions, cada temporada, a la New York Fashion Week. Innovació i creativitat constitueixen la base d'un estil caracteritzat per la utilització de gràfics i de color, que s'ha convertit en una icona. El seu èxit s'ha vist reconegut no solament pel públic que compra les seves peces, sinó també pels professionals de la moda, mitjans de comunicació i celebritats.

COL·LECCIÓ - WELCOME TO THE OTHER SIDE

La creativitat i la innovació són l'altra cara d'una col·lecció funcional que és estètica i, alhora, còmoda. Els volums i les línies són els paràmetres que, juntament amb la fusió dels materials triats, conformen la innovació buscada. Les jaquetes de plomes oversize amb aspecte metal·litzat, tot i que amb teixits molt suaus, són les peces que no obeeixen a classificacions, juntament amb els vestits d'obertures, asimètries i arquitectura per definir, els portaveus d'aquesta col·lecció. A més, les propostes de pantalons sobredimensionats i minifaldilles que combinen amb tops experimentals busquen provocar l'emoció en la dona que aposta per la seva seguretat. Es reafirma la genètica del color per crear una proposta hivernal que no està exempta de la seducció dels tons metal·litzats i brillants que fan que el color sigui el protagonista predilecte fins i tot a l'hivern. Els botins i les botes mig altes combinen amb la col·lecció.



DOMINNICO

BIOGRAFIA

DOMINNICO és una marca de «prêt-à-porter» «genderless» que va fundar el 2016 a Barcelona el seu director creatiu, Domingo Rodríguez Lázaro (Alacant, 1994). La firma, que treballa sota la premissa de l'slow fashion, es caracteritza per la meticulositat en el patronatge, la recerca en nous teixits i materials, la sostenibilitat en els processos i la visió futurista de la moda, en la qual els valors de la inclusió i la llibertat són el fil conductor de totes les seves col·leccions.

La primera col·lecció de DOMINNICO, titulada «UNUSUAL DICHOTOMY», es va presentar a Budapest, dins l'European Fashion Union. L'any següent, la marca va presentar la col·lecció «REVOLUTION & DECADENCE», dins del marc de la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid. Tan sols un any després i gràcies a l'èxit de la col·lecció NEIL Fall 19/20, el juliol del 2019, de nou a la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid, DOMINNICO va presentar «HARAJUKU KIDS Spring 2020» i s'alça amb el premi Mercedes-Benz Fashion Talent, una proposta que també presenta a l'MBFW Tbilissi, a Geòrgia. El 2019, DOMINNICO crea una col·lecció en exclusiva al costat de la cantant Rosalía per a EMQ Tour. El gener del 2020, va presentar «Idolatria» a la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid i es va unir als dissenyadors consagrats de la plataforma més rellevant de moda del país. El setembre del mateix any, DOMINNICO va presentar UHURA a la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid i, l'octubre, va quedar finalista al prestigiós premi WHO'S ON NEXT de Vogue España. L'abril del 2021, la marca va presentar «OMEGA Fall 2021/22» dins del programa OFF de la Mercedes Benz Fashion Week Madrid. El setembre, va presentar, de manera independent i a través dels canals digitals de la marca, la col·lecció «EXTRA LIFE Spring 2022» i, l'octubre, DOMINNICO es va alçar amb el premi WHO'S ON NEXT de Vogue España, que li va permetre formar part de la generació WON de la revista de moda. «LOVERCROSS FALL 22/23» es va presentar el març del 2022 a la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid. L'octubre del 2022, DOMINNICO va presentar «NENNE Spring 23» a la plataforma 080 Barcelona Fashion, amb la qual va revolucionar les xarxes, va conquistar les celebritats i va aconseguir posicionar-se com una de les millors marques espanyoles a nivell internacional: va vestir Rita Ora i Mia Khalifa, i va formar part de la gira «Renaissance World Tour» de Beyoncé. El maig del 2023, DOMINNICO va presentar la seva última col·lecció, un altre cop a la plataforma 080 Barcelona Fashion: «DILDOM Fall 23». Lady Gaga, Beyoncé, Rosalía i Dua Lipa són algunes de les celebritats que han lluit «looks» de DOMINNICO i han elevat la marca a l'escena internacional.

COL·LECCIÓ - SWEETDOM SPRING 2024

La col·lecció «SWEETDOM SPRING 2024» ens transporta al següent nivell de la comunitat DOMINNICO. Les influències de la cultura japonesa i la inspiració en tribus urbanes com la Gyaru i les Sweet Lolitas serveixen a Domingo Rodríguez Lázaro, director creatiu de la marca, per tornar a abordar el seu univers creatiu des d'un punt de vista divers i lliure, en el qual diferents corrents, com l'steam punk, el metavers, l'artesanía i l'«upcycling» conviuen amb l'era digital, l'estètica kawaii i les tonalitats dolces pròpies de la marca. S'estableix un joc de poders, una combinació provocativa de l'estil naif amb el dur, que recull peces emblemàtiques de l'anterior col·lecció i introdueix d'altres amb elements propis de la llenceria clàssica, com els frunzits, els volants, els llargs i les cintes, que conviuen amb elements de la temàtica BDSM com els arnesos, el vinil, les sivelles en forma de cor i aplicacions i fornitures metàl·liques. Els materials principals de la proposta són el textà, el cuir i el pèl reciclats, a més de les malles. Pel que fa al colorit, DOMINNICO aposta pels tons «milky», el blanc i el plata.



00 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 - ESTERTOR

Cada vegada ens costa més respirar i creiem fins i tot que pot ser la nostra última estreta. Mirem cap amunt i només veiem forats i foscor. EÑAUT introdueix la seva novena col·lecció.



10 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 headquarters 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 - SCENT OF WOMAN

Essència de dona és una oda a l'elegància, la creativitat i la naturalitat de la dona contemporània, amb un toc de sofisticació sempre present a la firma Escorpion.

Una col·lecció on destaca la passió per les peces de punt. Fusionant hàbilment tècniques tradicionals com la intàrsia i el Jacquard per crear peces exclusives. Juguem amb textures i superposicions dissenyant siluetes més avantguardistes.

L'univers de color està inspirat en les tonalitats vibrants de les flors exòtiques. Apostant per una paleta de colors vius a les tardes d'estiu, i en caure el sol, submergir-nos en una combinació de colors neutres i metal·litzats.

Essència de dona, una invitació a sentir-se lliure, a descobrir el poder femení, a gaudir de ser una mateixa.



11 GUILLERMINA BAEZA

BIOGRAFIA

L'INICI

La dissenyadora **Guillermina Baeza** va néixer al protectorat espanyol de Marroc. Als anys 60 es trasllada a Barcelona i, en els anys 70, comença la seva carrera professional que, a poc a poc, la va portar als anys 80 a guanyar-se un espai destacat en el món del disseny del bany i la roba interior, desfilitant a les principals passarel·les de moda europees.

ACTUALMENT MODA DE BANY ESPANYOLA

La seva continuada presència a les passarel·les ha creat un estil propi, que reforça la màxima de la filosofia de Guillermina Baeza: "El bany i la roba interior no són només complements. Avui tenen la mateixa importància que les peces exteriors."

El gran mèrit de Guillermina Baeza ha estat adaptar-se sempre a les necessitats del mercat, gràcies a la seva intuïció, cobrint els diferents segments segons estils, gustos i edats.

Avui en dia és una figura prestigiosa i emblemàtica de la moda de bany espanyola que competeix amb les millors firmes europees.

Actualment, al costat de la dissenyadora hi treballa la seva filla, Belén Larruy, que dirigeix l'equip creatiu i continua amb l'aventura que va començar fa més de 40 anys amb la mateixa il·lusió.

L'ESSÈNCIA

"La meua vida ha estat marcada per l'amor a l'harmonia, l'elegància, la creativitat i l'art." "Sóc autodidacta; la meua escola ha estat el dia a dia en la feina."

"La part més apassionant de la creació, de dissenyar col·leccions, és que cada temporada es trenca amb l'anterior i s'emprenen de nou."

"M'agrada treballar en un ambient relaxat."

COL·LECCIÓ - SANTA MONICA

La sensació d'amplitud i llibertat que es respira en aquest paratge icònic de la costa californiana es plasma a la nostra col·lecció Santa Mònica. Banyadors i biquinis ofereixen el màxim confort per surfear les onades, recórrer els senders i unir-se al culte del benestar californià. L'explosió de colors sorbet com el llimona, taronges i el rosa vibrant transmeten l'aflorament d'alegria de viure d'aquest paratge únic. L'artesanía que trobem a la Getty Villa en els Pacific Palisades ens guia a través de l'art grec romà i etrusc i es manifesta en micro estampats esquitxats de pigments daurats i velluts estampats. La part més sofisticada, però no menys vibrant, es plasma en peces de bany que combinen licra i micro reixes en grisos sublims, marrons càlids, verds blavosos, violetes i magentes. Es complementen amb vestits elàstics amb retalls, jumpsuits que permeten tota la llibertat de moviment, tops curts, micro-shorts i faldilles. Tota una declaració a la Califòrnia pacifista i oberta de ment, amb vibracions positives i una alegria efervescent.



12 HABEY CLUB

BIOGRAFIA

HabeY Club és una firma nacional assentada a l'slow fashion i els seus valors de marca principals són l'artesania, la sostenibilitat i la producció responsable. La firma se centra en la reutilització de teixits i l'ús de fibres reciclades o 100% orgàniques.

D'altra banda, una part fonamental de la marca són les idees que parteixen les seves col·leccions. Les seves inspiracions sorgeixen de l'art, el cinema, la fotografia, històries reals o inventades que els porten a conceptes que converteixen en textures, combinacions de colors, brodats o accessoris cuidats. Pel que fa a això últim, David i Javier, els creadors de la marca, entenen el valor dels complements i de quina manera es completen els looks a la passarel·la. Per això, una part clau del seu treball són les col·leccions complementàries d'accessoris, que ajuden a perfilar al complet l'estètica d'HabeY Club a cada col·lecció.

COL·LECCIÓ - MAYO

'Mayo' és una història d'inicis, de replantejaments vitals, de propòsits, dels que es compleixen i dels que no, de canvi d'hàbits. 'Mayo' és una història d'amor. I com en tot començament, els nervis i el vertigen prenen protagonisme, parlant durant la primera part de la col·lecció d'aquesta incertesa que genera allò desconegut, que s'evidencia a través de cors trencats i deformes o d'estampats que simulen la sensació d'abocar-se a una façana interminable. Com a símbol del cinquè mes de l'any, la firma pren el fet d'eixugar la roba a l'aire lliure. Això apareix a la col·lecció a través de recollits amb clips a les espatlles i tirants gastats després d'hores a l'estenedor o mitjançant escots en forma de gota. I com que és un començament, HabeY Club ha donat més terreny a la sostenibilitat introduint textures gravades sobre denim reciclat, a més de continuar l'estela de teixits transparents (gasa i punt) i colors (vermell o beix) que caracteritzen les darreres col·leccions donant continuïtat a determinades siluetes i farcits cromàtics.



10 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 gaèlics 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 - AMANECERES Y PUESTAS DE SOL, MAI TAI

Lebor Gabala presenta per al pròxim PE24 la col·lecció Mai Tai, una proposta que barreja l'elegància atemporal que caracteritza la signatura amb el vibrant esperit del còctel exòtic en peces que realcen la bellesa natural. Els colors topo, sorres i grisos al costat de colors vibrants capturen l'essència del Mai Tai en teixits de seda crinkle i vellut *burnout* amb estampats florals representats en peces que anuncien un estiu inoblidable. Matèries prèmium, acabats d'alta qualitat i els detalls són senyals d'identitat de Lebor Gabala. Aquesta col·lecció no és una excepció. Tops, faldilles i vestits en punt jersei ajustats al cos amb drapejats i volums més sofisticats que afegeixen un toc especial. Així com jerséis de punt amb efecte metal·litzat com una segona pell. Sense oblidar-se dels bàsics infal·libles, Lebor Gabala ha creat una línia 100% cotó amb diferents acabats als jerséis i tops que acaben d'arrodonir la col·lecció i demanen una posta de sol. Ja sigui perquè estàs planejant unes vacances a una illa paradisiàca o perquè et vingui de gust afegir un toc sofisticat al teu armari, la col·lecció Mai Tai PE24 és la barreja perfecta d'estil, elegància i atreviment per al pròxim estiu.



14 LEMĀCHET

BIOGRAFIA

Lucía Sánchez nascuda a Almonte (Huelva) es graduada en disseny de moda per la universitat CEADE Leonardo (Sevilla). Després del seu pas per la firma de moda Roberto Diz i de diversos anys com a professora de disseny i patronatge a l'escola ESADA, decideix crear la seva pròpia marca de moda masculina: Lemāchet.

COL·LECCIÓ - I AM, BUT

I am, but és una col·lecció que es basa en la cerca de les situacions que impulsen la creativitat. L'home s'ha limitat a si mateix i tot artista té por a la tela buida, al llenç en blanc, a la musa. És per això que el punt de partida d'I am, but és la redirecció, la reconstrucció i el reinici, que defineixen una nova direcció per a la moda masculina. La creativitat pot ser imaginativa i fantàstica, però també innovadora i inventiva. A partir del concepte «SAMO» (the same old shit), Lemāchet proposa una reinterpretació dels conceptes de sastreria tradicionals, amb talls, siluetes i materials nous que, encara que anteriorment estiguessin lligats a una part tradicional masculina, en la seva unió donen un toc innovador i modern a la sastreria masculina actual.



15 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 pell, 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 pròximes. 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 pell.

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 heritage de més de 40 anys, amb la il·lusió, la frescor i la visió més particular de Maite.

COL·LECCIÓ - MOTEL ARIZONA

La Ruta 66 com a punt de partida per a la nova proposta de la pròxima temporada Spring/Summer 2024. Colors com el turquesa, el verd i el fúcsia – color ADN de la firma – tenyeixen la col·lecció i l'omplen de vida i energia. Un viatge que la firma emprèn des dels motels vintage de Tucson, passant pel desert amb peces en tons taffee i terra que simulen les formes àrides d'aquest entorn: vestits fluides de georgette amb estampat maxi de serp, blazers en teixits tornassolats que semblen animals con el camaleó i mini trenches en teixits rústics com el canvas. Un viatge que arriba fins a Las Vegas, on els neons i llums de la ciutat inspiren a crear peces com a faldilles tub de pailletes amb accessoris a conjunt i total looks de capes amb mini shorts. El contrast del desert amb les grans ciutats conforma la col·lecció perfecta per a la pròxima temporada de LOLA CASADEMUNT BY MAITE.



10 NATHALIE CHANDLER

BIOGRAFIA

Nathalie Chandler és una artista i dissenyadora belga establerta a Espanya des del 2008.

Després de nombroses col·laboracions en el món de la moda i la pintura, va decidir el 2019 llançar la seva pròpia marca. L'art rebel i autèntic de Nathalie, així com la seva personalitat fascinant, és el que guia la seva marca. La Nathalie és una autèntica artista, i per tant una rebel que trenca els codis de la nostra societat.

COL·LECCIÓ - URBAN ELVES

La nova col·lecció càpsula de tardor de 2023 anomenada "Urban Elves" està inspirada en l'elegància, el poder i la feminitat dels elfs però d'una manera urbana i desconstruïda.



17 OUTSIDERS DIVISION

BIOGRAFIA

Outsiders Division és una firma de roba independent creada per David Méndez Alonso el 2012 que dissenya roba per a tots els adults que encara no han crescut. Des del nostre estudi de Barcelona celebrem la imaginació i l'art usant les emocions com a ferramenta per crear col·leccions que inclouen una llarga llista de productes i accessoris.

DAVID MÉNDEZ ALONSO

David Méndez Alonso és un artista multidisciplinari i dissenyador de moda nascut a Galícia amb una especial sensibilitat i estètica cap al color. Transgressor de la realitat i les emocions i, sota el lema "la bellesa de l'error", l'obra de David ens acostava a mons de fantassia onírica on deixa anar la seva particular imaginació en projectes on dissenya, dibuixa, esculpeix, installa, recrea, pinta i juga sense por o límits.

Autodefinit com 'Outsider' el 2012, decideix crear la seva pròpia marca 'Outsiders Division' amb què presenta diverses col·leccions cada any que inclouen desfilades, campanyes i una llarga llista de productes, roba i complements. Ha treballat per a marques com Adidas, Samsung, Converse, Nike, H&M, Levi's, Pull&Bear i Reebok desenvolupant i dissenyant projectes per a cadascuna. La seva carrera també inclou exposicions a Londres, Barcelona, Dubai, Beijing, Nova York, Berlín, Madrid, Monterrey i París.

COL·LECCIÓ - EXTRAORDINARIO

Diuen que l'obra reflecteix el caràcter de l'autor. En aquest nou episodi d'Outsiders Division titulat Extraordinario s'observen les manies i obsessions del seu director creatiu David Méndez Alonso desplegadas a 36 looks.

Aquesta col·lecció està esbossada, una vegada més, treballant amb elements oposats i combinant-los per formar una barreja constant de conflictes i estètiques que harmonitzen entre si. Amb la llibertat i gaudi quasi naif que caracteritza Outsiders Division, els dissenys de David per a Extraordinario estan plens de referències de la cultura popular, l'underground i l'art contemporani (entre molts altres). Una sèrie de peces que reforcen el seu estil característic "Preppy-punk" en una col·lecció que es revela com una celebració d'aquell avi que encara no ha crescut, reforçant de nou la seva obsessió pel contradictori. Entre les peces d'aquesta col·lecció podem observar falldilles de tul, jerséis i càrdigans clàssics, una bossa feta en ceràmica i una llarga llista de colors que conformen una paleta gairebé infinita. Allò extraordinari i allò inusual segueixen sent les bases sobre les quals Outsiders Division treballa per crear peces en què tots els inadaptats es puguin veure reflectits.

La nostra imaginació és EXTRAORDINARIO.



10 PAOLO LEDUC

BIOGRAFIA

Des de la infància fins a l'adolescència, **Paolo** sempre va estar pintant a parets, trens, trossos de fusta, pupitres, a la roba i al propi cos. Sempre ha creat dins del seu propi marc, esculpint i alimentant la seva creativitat amb tot allò relacionat amb l'art: teatre, cinema i natura. En un moment va decidir formalitzar la seva educació i es va matricular a l'Institut Europeu de Design de Barcelona, primer estudiant disseny gràfic i després canviant la seva especialització a sastreria de roba masculina. La moda esdevingué el marc on podia desenvolupar plenament la seva creativitat. Cada matí, Paolo es dibuixa tatuatges a la pell que marquen el transcurs del seu dia. Per ell res no és definitiu, la seva forma de dissenyar és sempre viure el moment. Paolo viu entre el sol i l'ombra, la llum i la foscor. Aquesta energia alimenta els dissenys i la vida.

COL·LECCIÓ - COUTURE 2 PAOLO LEDUC CONTRABAND GOODS

Aquesta nova col·lecció es continua reforçant l'ADN de la marca: la sastreria, l'artesanania, el grafit, la cultura rock & punk com a pilar de la marca; i aquesta vegada emfatitzant en aquest híbrid entre sastreria /couture / rock / streetwear, reforçat amb el nostre respecte per l'estètica de la cultura Mexican gangs, la figura dels "cholos" o "Vatos locos". Distorsionant les formes clàssiques de la sastreria, desconstrucció de peces, l'ús d'estampació digital amb la tècnica del "trompe l'oeil" i manipulació de teixits i reforçant una interpretació de les siluetes. Basat en inspiració en els orígens del dissenyador i les seves múltiples facetes. D'una banda, les seves arrels espanyoles en què es nodreix de l'essència més barroca i de l'excés. Per altra banda, les arrels franceses on recull aquest costat més clàssic i treball artesanal. Entre el sol i l'ombra, la llum i la foscor; aquesta energia alimenta els dissenys i l'ADN de la marca. "Les fruits tombent quand ils sont mûrs".



19 SIMORRA

BIOGRAFIA

SIMORRA centra les seves propostes en l'arquitectura de materials i formes com a base d'un disseny funcional d'alt valor creatiu. És el fruit del desig d'empènyer els límits de la forma per a crear coses útils d'un alt component estètic. El disseny de la marca es defineix no sols en la forma en què bœu de l'origen, base de la seva inspiració, sinó en la manera de reformular-lo incessantment fins a generar una percepció de novetat que haurà d'emocionar a qui el gaudeix.

L'equip de dissenyadores SIMORRA concep, per tant, el disseny d'avantguarda com un vehicle d'expressió i llibertat creativa a través del joc amb materials: "Ens mou el desig d'empènyer els límits de la forma per a crear coses útils d'un alt component estètic i ens defineix la forma en la qual bevem sempre de l'origen, reformulant-lo constantment per a continuar generant novetat i continuar emocionant amb les nostres propostes".

Per descomptat, aquesta filosofia té un reflex en els matisos i propostes de cadascuna de les col·leccions i en la forma en què interpel·la a una societat transgeneracional unida per un mateix propòsit, on l'edat no és un factor discriminatori: "Apostem per l'equilibri i la col·laboració transgeneracional com a clau de futur per a una societat molt més sàvia, inclusiva i avançada, de la mateixa manera que aprenem de les tècniques passades i les unim a les noves tecnologies per a crear els nostres dissenys i teixits".

COL·LECCIÓ - ECHOES OF NATURE

ECHOES OF NATURE és la col·lecció que SIMORRA presenta aquesta temporada FW24. Una composició poètica expressada a través dels teixits, textures i peces que conformen aquesta col·lecció inspirada en la força creativa de la natura. FW24 de SIMORRA desitja plasmar en les seves peces, com si es tractés de les ones d'un eco, la bellesa efimera del paisatge modelat pels diferents sons de la natura.



20 SYNDICAL CHAMBER

BIOGRAFIA

Leo, 28 anys. Entre allò políticament correcte i la irreverència. Havent construït una experiència dins de la indústria dissenyant per a Desigual, Vetements i Inditex i comprnent la complexitat del treball per compte aliè, Sergio Castaño-Peña va començar a pensar en fundar el projecte Syndical Chamber. En aquest projecte, s'entrellacen conceptes que van des del surrealisme aplicat a peces de vestir fins a la reivindicació de "l'alta costura", en peces úniques per encàrrec, elaborades una a una en el seu estudi.

La queixa, la ironia i altres matisos de l'humor són molt presents en una marca que s'apropia del nom de la caduca Chambre Syndicale de l'alta costura. Vol replantejar la moda tal com ho faria una nova generació que no està disposada a seguir convencionalismes.

COL·LECCIÓ - WHO THE FUCK GIVES A SHIT

Resum de looks descriptius de diferents arquetips socials. Tots passen per un filtre de reinterpretació de volum i fornitures. Peces d'alta costura amb estructures envoltants i codis diversos, des de sastreria divertida, fins a roba de treball sofisticada. Contraposa utopies zero sostenibles, com ara l'americà dream i la dictadura repressiva de Korea del Nord. També relativitza la necessitat de buscar el què és nou, ja què a les dues setmanes qualsevol nou producte pot ser rebutjat en un taller de Hong Kong. En defensa de la contradicció i del dret a equivocar-se, podríem estar parlant d'una feina excepcional.

Però, a qui importa?



21 THE ARTELIER

BIOGRAFIA

The Artelier, amb seu a Barcelona i fundada per Alba Ayza el 2020, és una marca que celebra la moda com una expressió personal carregada de significat. Les seves col·leccions giren al voltant d'estampats únics, cadascun amb la seva pròpia història per explicar. La roba de The Artelier és una declaració d'estil sense gènere, dissenyada per adaptar-se a la vida quotidiana i a ocasions especials. Compromesa amb la sostenibilitat, la marca prioritza l'ús de teles ecològiques i sostenibles.

Cada estampat es crea amb tintes certificades OEKO-TEX a base d'aigua, i tota la producció es realitza artesanalment a Barcelona. Aquesta atenció als detalls assegura l'autenticitat i la qualitat de cada peça.

The Artelier entén la importància de sentir-se còmode i segur amb el que es porta posat, permetent a cada individu expressar la seva identitat i singularitat amb confiança. Explora The Artelier i descobreix la història rere cada peça. Celebra la singularitat en cada fil i tela que creem.

COL·LECCIÓ - CUANDO LA NOCHE VUELVE - QUAND REVIENT LA NUIT

"La nostra col·lecció es nodreix de l'última presentació a la 080 Barcelona, on el temps va ser el fil conductor. No obstant això, anem més enllà en imaginar una nova era. En l'etern cicle del temps, quan la nit arriba al seu fi i l'últim sospir s'esvaeix, s'obre un parèntesi del NO-RES, un instant de buit on el món sembla aturar-se. Tanmateix, en aquest moment de quietud, tot torna a néixer. La nit es converteix en una nova oportunitat, una nova era emergeix davant nostre".



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. La marca aposta per un plantejament més dinàmic, que segueix el seu procés creatiu sense fixar 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 incloure una filosofia de reciclatge en algunes càpsules i impulsar la slow fashion. Així doncs, l'aspecte visual i estètic de la marca també juga un paper important, entès com a recerca d'una bellesa i elegància naturals que «sempre acompanyin l'essència de la dona i mai no la silencien».

La base d'operacions de The Label Edition és la ciutat de Barcelona, per tot el que comporta el sector tèxtil a Catalunya. No obstant això, la marca té una àmplia projecció internacional i, en menys d'un any, s'ha establert al món de la moda com una marca desitjada tant per clientes com per actrius i influencers. En el seu curt temps de vida, The Label Edition ha estat reconeguda en mitjans nacionals i internacionals (consulteu l'apartat «Press» del lloc web), que avalen com aquesta conjunció de producte i comunicació ha estat capaç d'arribar al consumidor i contagiar-li els seus valors.

COL·LECCIÓ - ALTERITY - THE LABEL EDITION

Per a aquesta nova edició de la 080, The Label Edition proposa, a través de la col·lecció ALTERITY, total looks de colors elegants i imprescindibles, com el negre, blau petroli, vermell i blanc. El repte que suggereix aquesta nova proposta és com i amb quina actitud dones vida a les peces, per així potenciar l'alteritat de cadascun i explorar la nostra versió més masculina, alhora que femenina. Aquesta proposta de FW23/24 es caracteritza pels looks monocolors, però sempre afegint, en algun punt, un to de llum, sigui amb estampats o algun color més viu. Els total black looks cobren molta importància en aquesta nova col·lecció, ja que hem banyat de negre les nostres camises més icòniques. Aquestes peces, alhora, es veuen embolicades d'altres amb patrons de sastreria, cosa que aconseguim potenciar, encara més, els looks. Així i tot, en aquesta col·lecció no volem que caigui en l'oblit que les nostres peces busquen sempre el seu costat més versàtil. Sense allunyar-se de l'ADN de la marca, els volums encara hi són presents en el conjunt de peces, però aquesta vegada de forma més subtil. La pana bordó, la pell sintètica i el denim són els teixits que més abunden, sobretot en parts de baix. Els botons daurats formen part de l'estil de la marca, per la qual cosa també tenen molta presència en aquesta proposta. En canvi, n'hi ha alguns que passen desapercebuts perquè sigui el mateix teixit el que destaquï per si sol. Continuant amb la filosofia i els valors de la marca, en la confecció s'empren materials orgànics, creant estructures úniques de forma més sostenible i honesta. ALTERITY vol demostrar que l'elegància es pot viure des de diferents formes i punts de vista, en els quals masculí i femení congenien entre si. Un fons d'armari versàtil, amb peces atemporals i duradores és el que proposem perquè el nostre jo intern explorï totes i cadascuna de les seves versions.



080 REBORN

Sota el nom de 080 Reborn, es vol donar visibilitat i promoure la reutilització i el reciclatge en l'àmbit de la moda. Si el primer 080 Reborn va impactar amb una col·lecció creada amb roba 100% recuperada de botigues de segona mà i plantes de classificació de residus, en aquesta edició es reinventa tant en contingut com en format sota els pilars del reciclatge i upcycling.

080 Reborn va més enllà de la presentació física proposant un concepte innovador que integra moda, sostenibilitat i innovació tecnològica. Presentarà una col·lecció, basada en el denim, creada i conceptualitzada pels estilistes Fermin&Gilles, amb peces i teixits procedents de gestors de residus i establiments de segona mà com Bogo Vintage, Humana i Casa Gralla, i les entitats Fundació Formació i Treball i Solidança.

Més enllà de la presentació física del 080 Reborn, el públic visitant podrà gaudir d'una experiència immersiva digital de la mà d'Andrei Warren, director creatiu de Misato Kindness, a l'Open Area, al llarg dels quatre dies del 080 Barcelona Fashion.

080 Reborn està impulsat pel Consorci de Comerç, Artesania i Moda (CCAM) amb el suport de l'Agència de Residus de Catalunya (ARC); l'espai d'innovació de Girbau LAB i la marca de sabatilles esportives veganes Vegtus.

L'acció també s'emmarca en el Pacte per la Moda Circular que promou un acord voluntari per transformar el sector tèxtil cap a un model circular: incrementant la durabilitat dels productes i el percentatge de material reutilitzat incorporat als teixits; reduint i eliminant l'ús de materials nocius; augmentant la reutilització amb la implementació de nous models de negoci i implementant estratègies de producció més netes i eficients.



24 OFF 080: ONE REAL WORLD

- Barcelona acollirà una experiència immersiva única que combina videoinstal·lacions 3D, sistemes de so, esquemes de llums i estructures artístiques contemporànies. Aquesta exposició submergeix els visitants en un viatge profund a través de la intersecció de la moda, l'art, la innovació i la inclusió, destacant estructures i instal·lacions artístiques que complementen i eleven la narrativa. L'objectiu és subratllar l'evolució conscient i responsable del món de la moda, oferint una perspectiva fresca i d'avantguarda sobre la relació entre aquestes disciplines.
- JNORIG ofereix una perspectiva encara més innovadora de la moda, submergint-se en dimensions que destaquen disciplines digitals i tecnològiques. La marca està compromesa a desafiar les normes establertes en el món de la moda, projectant-se cap al futur sense perdre la seva estètica sofisticada, clàssica i al mateix temps, d'avantguarda. En aquesta exposició, Javier Girón presenta una col·lecció càpsula inspirada en l'alteració de la realitat, entesa com una interacció mutable entre humanitat i tecnologia, delineant la nostra interpretació del món en aquesta era digital. En una època d'incertesa, on el context i els esdeveniments ens exigeixen adaptació constant, la marca proposa un moment de reflexió sobre el món que habitem i aquell en què desitjariem existir.
- Paral·lelament, Velásquez porta l'espectador a un viatge introspectiu amb 'Metempsychosis'. Abordant temes d'identitat, lluita i transformació a través de tres etapes simbòliques i amb referència a l'artista Francis Bacon, trobem diferents instal·lacions artístiques on es presenta la nova col·lecció càpsula de la marca. Utilitzant diferents perspectives sobre l'autoexpressió tant del gènere com de l'individu, la marca funciona com a eina i plataforma per aixecar les veus de la comunitat LGBTQI+, al mateix temps que proposa metodologies de creació circular i responsable dins de la moda, fent-nos qüestionar i analitzar els nostres confins i percepcions de la metafísica en ambdós arguments i plantejant un canvi en les narratives convencionals.

Studio 1o, acollint aquestes dues potents narratives, convida al públic a una exploració profunda sobre el valor de la moda en el context contemporani. No és només una exposició, sinó un diàleg visual i emocional sobre com la moda pot ser una eina d'expressió, transformació i canvi social.



02 TEXMEEETING CONNECTS

DIÀLEG OBERT SOBRE LA REGULACIÓ U.E

L'estratègia U.E. pel tèxtil proposa actuacions perquè la indústria tèxtil millori en sostenibilitat, introdueixi l'eco disseny en els sistemes de producció i faci la transició cap a sistemes organitzatius i productius basats en l'economia circular.

El **TexMeeting 2023** té l'objectiu de posar damunt la taula l'Estratègia europea pel tèxtil, a través d'un debat amb els nostres industrials. Ho farem en dues taules rodones on legisladors relacionats amb la Comissió Europea i productors tèxtils dialogaran sobre el Passaport Digital del Producte i l'Eco-disseny.

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

PROGRAMA 24.10.2023

13:30 INAUGURACIÓ
32a edició

14:00 REBORN
2nd edition

16:00 SIMORRA

17:30 THE
ARTELIER

19:00 ESCORPION

20:30 LOLA
CASADEMUNT BY
MAITE

PROGRAMA 25.10.2023

11:30

OFF: ONE REAL
WORLD (STUDIO
1.0). C/RIBERA 10

14:00

CHERRY
MASSIA

16:00

LEBOR
GABALA

17:30

PAOLO
LEDUC

19:00

CUSTO
BARCELONA

20:30

CARLOTA
BARRERA

PROGRAMA 26.10.2023

11:00

COMO LA TRUCHA
AL TRUCHO
STUDIO

12:30

LEMĀCHET

14:00

ALL THAT SHE
LOVES

16:00

NATHALIE
CHANDLER

17:30

OUTSIDERS
DIVISION

19:00

AMLUL

20:30

DOMINNICO

PROGRAMA 27.10.2023

12:30 GUILLERMINA
BAEZA

14:00 BIELO_
OSCARLEON

16:00 HABBEEY
CLUB

17:30 THE LABEL
EDITION

19:00 EÑAUT

20:30 SYNDICAL
CHAMBER

21:30 CLOSING
PARTY



L'ESPAI

La 32a edició del 080 Barcelona Fashion es celebra al **Recinte Modernista de Sant Pau**, obra de Lluís Domènech i Montaner, construït entre el 1905 i el 1930.

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

L'antic hospital, conegut pels seus vitralls, mosaics i jardins, actualment és la seu d'institucions rellevants en els camps de la innovació, la sostenibilitat i la cultura.



CÀSTING

Amb l'objectiu d'oferir un ampli espectre de models hem apostat per un càsting divers i inclusiu on totes les ètnies, cossos i identitats de gènere, puguin ser un reflex de la societat i dels canvis.

S'ha fet una curada i exhaustiva recerca de models per fer de 080 Barcelona Fashion un catalitzador dels valors i atributs que suposen un ferm compromís amb l'entorn social, la diversitat i el feminisme.

PATROCINADORS

Ens acompanyen en aquest camí i ens ajuden a fer possible la 32a edició 080 Barcelona Fashion les següents marques patrocinadores i col·laboradores:

PATROCINADORS

Kevin Murphy (patrocinador oficial de perruqueria)
MAC Cosmetics (patrocinador oficial de maquillatge)
Moco Museum (patrocinador oficial de continguts culturals)
The Hoxton (hotel oficial)

COLABORADORS

Thuya Professional Line (col·laborador oficial de manicura)
Rowenta (col·laborador oficial de planxat i higienització)
La Roca Village (destí de moda oficial)
Cointreau (licor oficial)
Natur All (agua oficial)
Vegtus (calçat oficial)
Girbau LAB (espai d'innovació)
Agència de Residus de Catalunya (080 REBORN)
Puerto de Indias (ginebra oficial)

PATROCINADORS

KEVIN.MURPHY

KEVIN.MURPHY és l'exclusiva marca australiana de perruqueria professional present en 60 països i en 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. Inspirats en la mateixa filosofia que la de la cura de la pell, tots els productes estan formulats amb la innovadora tecnologia "Skincare For Your Hair" per a proporcionar textures lleugeres, força i llarga durada. A més, els potents antioxidants i actius naturals de la selva australiana presents en les seves fórmules contribueixen a tractar i reparar el cabell en profunditat. La marca és coneguda pel seu ADN sostenible, tal com explica el mateix Kevin: "No volia que la marca fos responsable de la destrucció del medi ambient". Tots els productes estan formulats amb ingredients naturals procedents de micro-cultius, no porten sulfats ni parabens i els envasos són reciclables i biodegradables.

<https://kevinmurphyspain.com/> / [@kevinmurphyspain](#)



MAC Cosmetics, maquillatge oficial de 080 Barcelona Fashion, es consolida l'any 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. MAC celebra la diversitat i la individualitat respectant totes les races, totes les edats i tots els gèneres, i continua fent costat a la moda amb la seva participació en la fashion week. Així com amb els seus nous serveis virtuals de maquillatge, 100% personalitzats i gratuïts, amb els quals 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.

<https://www.maccosmetics.es/> / [@maccosmetics_es](#)

PATROCINADORS



Inaugurat l'octubre de 2021 al cor del Born, en una de les ciutats més vibrants d'Europa, es presenta Moco Museum Barcelona. Continuant amb l'èxit a Amsterdam, Moco Barcelona exhibeix art d'artistes de renom internacional i estrelles en ascens com Jean-Michel Basquiat, Banksy, Keith Haring, KAWS, Yayoi Kusama, Andy Warhol, Takashi Murakami, Guillermo Lorca, teamLab, David LaChapelle, Nick Thomm & Hayden Kays.

Situat al C/Montcada 25 de Barcelona, Moco Museum alberga la seva col·lecció d'art en el Palau Cervelló, un palau del segle XVI en el cor del Born. Des de l'Edat Mitjana fins al segle XX, aristòcrates, comerciants i membres de la reialesa han ocupat aquest lloc històric. Adaptant-se a les necessitats de crear un gran espai modern i contemporani, el Moco Museum salvaguarda aquesta institució històrica. Ara, en una de les seves ciutats preferides, el Moco continua amb la seva missió i visió d'acollir a un públic divers i internacional inspirant i il·luminant el nostre món a través de l'art.

<https://mocomuseum.com/> [@mocomuseum](#)

the hoxton

Ubicat en el seu barri preferit de Barcelona, el Poblenou, a l'hotel The Hoxton gaudiràs del veritable gust de la vida local. L'hotel disposa de 240 habitacions, una taqueria i piscina al seu terrat, un ampli i lluminós vestíbul, una assolellada terrassa on servim pizza al tall i un espai multifuncional per als teus esdeveniments.

<https://thehoxton.com/poblenou/> [@thehoxtonhotel](#)

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 57 països. Està especialitzada en tres línies de cosmètics: celles i pestanyes; construcció d'ungles, color i decoració d'ungles; i tractaments per la cura de mans i peus.

<https://professional.thuya.com/> @thuyapl

Rowenta

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, 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.

*Test realitzat per laboratori independent en teixits de cotó, en mode desinfecció - 40 min.

www.rowenta.es @rowenta_es

COL-LABORADORS



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 de 080 Barcelona Fashion.

<https://www.thebicestercollection.com/la-roca-village/es> @larocavillage

COINTREAU

Des dels seus orígens, el 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 Master Distiller de la Maison Cointreau, Carole Quinton.

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

<https://www.cointreau.com/es/es/> @cointreau

COL-LABORADORS

**NATUR
ALL!**

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

Vol 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!

<https://www.instagram.com/naturall.bio/> @naturall.bio

COL-LABORADORS



VEGTUS és una marca de sneakers sostenible única que aposta per la innovació dels cuirs bio-based extrets del cactus i del blat. La marca neix a Barcelona i el seu símbol defineix a la perfecció els seus valors de bellesa, optimització dels recursos i durabilitat. VEG de vegà i TUS de cactus són els eixos del projecte que té com a objectiu ser un referent en el món de la moda, deixant una empremta positiva en el planeta. Vesteix com penses. Aquesta és la proposta de Vegtus perquè la moda va més enllà de l'estètica, és una actitud davant la vida, una declaració d'intencions, una manera de mostrar al món que les coses es poden fer de manera diferent. No et conformis, planta't amb VEGTUS.

<https://vegtus.com/> @vegtus



Girbau LAB és un espai de col·laboració creat per afegir valor a través de la innovació. Identifica els entorns més rellevants i innovadors a escala mundial i interactua amb ells per recollir, crear i desenvolupar conjuntament totes les iniciatives, idees, solucions i tecnologies capaces de contribuir a transformar la indústria i d'aportar valor al conjunt de la societat.

Des dels seus inicis, ha col·laborat amb 080 Reborn per impulsar la transformació sostenible del sector tèxtil, promoure un canvi cultural sobre com consumim els recursos, i posar en valor el nostre rol en el tractament dels tèxtils per tal d'allargar-ne la seva vida i utilitat.

<https://girbaulab.com/es/> @girbaulab

COL-LABORADORS



L'Agència de Residus de Catalunya és una entitat pública que té competència sobre els residus que es generen a Catalunya i els que es gestionen al seu àmbit territorial.

Amb la finalitat de millorar la qualitat de vida dels ciutadans de Catalunya i protegir el medi ambient, els principals objectius de l'Agència de Residus de Catalunya són promoure la prevenció de residus, el foment de la recollida selectiva a través de campanyes de comunicació de gran abast, la valorització dels residus, la disposició del rebuig i la recuperació d'espais i sòls degradats.

Dins de la prevenció de residus, la reutilització i la preparació per a la reutilització de béns constitueix una pràctica important per evitar, per una banda, que aquests objectes es converteixin en residus i, per l'altra, alentir la fabricació de nous productes que cobreixin les mateixes necessitats. En aquesta línia, l'Agència de Residus de Catalunya fa anys que treballa per a la potenciació de la reutilització i l'ús de productes de segona mà, entre ells el tèxtil, a través de campanyes de comunicació, guies, plans d'acció i ajuts econòmics per a deixalleries i altres centres de recuperació.

<https://residus.gencat.cat/es/inici/>

COL-LABORADORS



Puerto de Indias és la marca de ginebra Premium líder del segment Strawberry Gin a Espanya i pionera en crear la primera ginebra de maduixes naturals. Així va néixer la categoria de Ginebra Rosa i, amb ella, va portar una revolució del sabor i una nova forma de consumir ginebra.

<https://ginpuertodeindias.com/es/> [@ginpuertoindias](https://twitter.com/ginpuertoindias)



080 **32ND** EDITION
BARCELONA
FASHION
WEEK 24 - 27
OCTOBER
2023