

14 - 17/10
2025



Generalitat
de Catalunya

El Govern de
tot hom

36TH
EDITION

080 BARCELONA FASHION WEEK

PATROCINADORS:


WELLA
PROFESSIONALS

MAC

ME
BARCELONA

ÍNDEX

080
BARCELONA
FASHION WEEK

03.

080
Barcelona
Fashion

05.

Programa

07.

Dissenyadores,
Dissenyadors i
Marques

33.

Accions
Paral·leles

40.

Patrocinadors i
Col·laboradors

080 BARCELONA FASHION ÉS...

Una plataforma de moda que impulsa la transformació del sector a Catalunya, tant en l'àmbit nacional com internacional, a través de la innovació i la creativitat.

080 Barcelona Fashion 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.

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



L'ESPAI

La 36a edició de 080 Barcelona Fashion se celebra al **Recinte Modernista de Sant Pau**, obra de Lluís Domènech i Montaner, construït entre els anys 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 àmbits de la innovació, la sostenibilitat i la cultura.



PROGRAMA

14.10.2025

11.00 - 21.30 **OPEN AREA**
13.00 **INAUGURACIÓ 36a edició**
14.00 **ESCORPION**
16.00 **GAU**
17.30 **SIMORRA**
18.00 **TALLER 080SPOT_ SPAINGALLERY**
19.00 **NATHALIE CHANDLER**
20.30 **LOLA CASADEMUNT BY MAITE**

15.10.2025

10.30 **OFF: ESMORZAR PREMSA POP-UP BARCELONA FASHION FORWARD**
11.00 - 21.30 **OPEN AREA**
12.00 **TALKS 080SPOT_ SPAINGALLERY**
12.30 **ZOE OMS**
14.00 **ALEIXANDRI STUDIO**
16.00 **SANTAMARTA**
17.30 **LEMĀCHET**
18.00 **TALLER 080SPOT_ SPAINGALLERY**
19.00 **REPARTO**
20.30 **MOISÉS NIETO**

PROGRAMA

16.10.2025

11.00	TEXMEETING BY TEXFOR AUDITORI PAU GIL
10.00 - 21.30	OPEN AREA
11.00	GUILLERMINA BAEZA
12.00	TALKS 080SPOT_ SPAINGALLERY
12.30	INMA LINARES
14.00	BENAVENTE
16.00	DOBLAS
17.30	OUTSIDERS DIVISION
18.00	TALLER 080SPOT_ SPAINGALLERY
19.00	CARLOTA BARRERA
20.30	DOMINNICO

17.10.2025

10.00 - 21.30	OPEN AREA
11.00	ACCEPTANCE LETTER
12.00	TALKS 080SPOT_ SPAINGALLERY
12.30	080 REBORN
13.30	PRESENTACIÓ "BARCELONA SUSTAINABLE CHALLENGE "
14.00	JUAN VG
16.00	EIKŌ AI
17.30	CUSTO BARCELONA
18.00	TALLER 080SPOT_ SPAINGALLERY
19.00	HABEY CLUB
20.30	ACROMATYX

080
BARCELONA
FASHION WEEK

DISSENYADORES, DISSENYADORS I MARQUES

ACCEPTANCE LETTER / ACROMATYX / ALEIXANDRI STUDIO/ BENAVENTE/
CARLOTA BARRERA/ CUSTO BARCELONA / DOBLAS / DOMINNICO/
EIKŌ AI / ESCORPION / GAU / GUILLERMINA BAEZA/
HABEY CLUB / INMA LINARES / JUAN VG / LEMĀCHET/
LOLA CASADEMUNT BY MAITE/ MOISÉS NIETO /NATHALIE CHANDLER/
OUTSIDERS DIVISION / REPARTO / SANTAMARTA / SIMORRA/
ZOE OMS / 080 REBORN



ACCEPTANCE LETTER

BIOGRAFIA

Soc un dissenyador coreà que s'ha format a Anvers i Berlín i compta amb estudis de ciències socials. Com que he treballat a tot Europa i Corea, el meu treball uneix l'anàlisi basada en la investigació i l'artesanía. Des del meu debut a les setmanes de la Moda de Berlín i Seül, el 2023, he explorat les connexions entre la història de la moda i les narratives culturals.

COL·LECCIÓ: BUT YOU ARE HERE WITH ME

Aquesta obra està dedicada als que ja no hi són, però la presència dels quals roman als espais que una vegada van habitar. Mentre aprofundeix en la narrativa commemorativa presentada la temporada primavera/estiu de 2025, aquesta vegada passa del dol a alguna cosa més: els processos de sanació, record i configuració del futur a través de l'amor i la memòria.

Sovint tanquem els nostres records en llocs, ciutats, habitacions, estacions de tren i carrers atafegats. En aquest cas, les peces actuen com a recipients que transporten aquests records, la seva presència, les emocions i històries. En reutilitzar i reimaginar les mateixes peces bàsiques per crear formes noves, la col·lecció reflexiona sobre com els records poden transformar-se en creació i com aferrar-s'hi pot suposar també avançar amb determinació, cura i optimisme.

Així és com entaulo una conversa entre el passat i el present, entre el que ha estat i el que ha de venir. És un diàleg amb l'absència o un acte de record mantingut.

Transmet, a més, una veritat tendra: Ets aquí amb mi.



ACROMATYX

BIOGRAFIA

En una societat on la immediatesa converteix el que és nou en passat en qüestió de dies, ACROMATYX proposa col·leccions intemporals, amb una identitat i una narrativa pròpies.

Entre el minimalisme i l'*avant-garde*, investiguem el volum i les proporcions del cos, fent de l'*oversize*, les capes i la desconstrucció les senyes del nostre ADN.

La base és el negre: intemporal, pur i elegant. El color que revela millor les línies i formes d'una peça, un clàssic amb tants matisos com colors existeixen.

Creem peces que perduren en el temps. Dissenyem edicions limitades i càpsules que conviuen entre si. Treballem amb teixits nobles com la seda, la llana i el cotó; amb materials tècnics reciclats i amb innovacions per explorar els darrers avenços.

A ACROMATYX, la diferència es troba en la subtilesa, en els detalls, en la bellesa imperfecta.

COL·LECCIÓ: "8"

"8" és més que un número: és un símbol d'abundància, d'equilibri i de poder.

Representa l'autosuficiència, la regeneració infinita i la força interior necessària per materialitzar els somnis. Aquesta col·lecció es nodreix d'aquesta energia i evoca la justícia, la connexió entre allò terrenal i allò espiritual, i la capacitat de transformació constant.

La col·lecció més experimental d'ACROMATYX fins ara és una declaració de llibertat creativa. No segueix regles ni línies estrictes; cada peça neix amb ànima, amb la intenció de perdurar en el temps. A través de siluetes minimalistes, superposicions i processos desconstruïts, les peces dialoguen entre si, permetent així crear infinites combinacions i interpretacions.

Inspirada per l'arquitectura, la geometria, l'art contemporani i l'obra d'Aldo Chaparro, "8" explora textures arrugades, volums orgànics i contrastos de materials. Ens atrau profundament la seva relació amb el material, especialment com aconsegueix doblegar i arrugar una cosa tan rígida com l'acer amb una força poètica, tot transformant-ho com si fos paper. Aquesta tensió entre pes i fluïdesa connecta amb la nostra pròpia cerca de forma i estructura en aquesta col·lecció.

L'elecció de teixits també és una declaració ètica: llanes, cotons i materials innovadors —molts recuperats d'estocs excedents— en col·laboració amb empreses responsables que comparteixen una visió sostenible de la moda.

"8" és un cicle obert. Allò que dones, ho reps. Allò que crees, perdura.



ALEIXANDRI STUDIO

BIOGRAFIA

Marc Aleixandri (La Ràpita, 1997) és dissenyador, patronista i artista multidisciplinari. Després de graduar-se en Disseny de Moda a BAU, Barcelona, va treballar durant cinc anys a Palomo Spain com a patronista i part de l'equip creatiu, va participar en col·leccions presentades a París i Nova York, així com en projectes per a artistes com Beyoncé, Rosalía, Harry Styles o Chanel a Eurovisió.

El 2025 funda Aleixandri Studio, un espai que entén la moda com a llenguatge polític, arxiu viu i eina de resistència *queer*. El projecte neix amb la voluntat de crear des de la perifèria, tot apostant per un sistema artesanal i local, treballant amb *deadstock*, excedents de produccions industrials i peces resignificades mitjançant l'*upcycling*. Cada peça es produeix sota demanda per evitar l'acumulació innecessària i dotar de valor a la memòria material.

L'enfocament creatiu s'articula en col·leccions que funcionen com a eixos narratius i conceptuals, que exploren tant el pla estètic com el teòric i tècnic. En elles, Aleixandri planteja una moda sense gènere, pensada per a cossos diversos, que celebra, acompanya o confronta identitats. Després de debutar a la Mercedes-Benz Fashion Week Madrid amb la col·lecció Violetas, guardonada amb el premi Mercedes-Benz Fashion Talent, Aleixandri Studio presenta ara el seu segon projecte a la 080 Barcelona Fashion.

COL·LECCIÓ: IN NOMINE HERETICA

In Nomine Heretica és un viatge entre la memòria de la cacera de bruixes i la persecució històrica de les dissidències sexuals i de gènere. La col·lecció estableix un paral·lelisme entre els cossos marcats com a heretges i els cossos *queer*, que durant segles han estat castigats, ocultats o ridiculitzats.

Aquest diàleg amb el passat troba ressò en el present: l'auge global de les ideologies de dreta i extrema dreta reactiva discursos d'odi que tornen a assenyalar, censurar i condemnar les identitats diverses. Així, la cacera de bruixes es reencarna en noves formes de persecució que busquen relegar al marge allò que no encaixa en la norma.

A través de símbols com la gramalla, la foguera o la cicatriu, reinterpretats des d'un prisma contemporani, la proposta converteix el dolor en orgull, la vergonya en bandera i la condemna en empoderament. Els elements medievals dialoguen amb la iconografia dels moviments *queer* dels anys setanta i vuitanta, construint així un llenguatge híbrid que transita entre arxiu, protesta i desig.

In Nomine Heretica és un encanteri col·lectiu: un aquelarre que invoca els heretges d'ahir i d'avui per reclamar un futur on la diferència no sigui perseguida, sinó celebrada.



BENAVENTE

BIOGRAFIA

Paco Benavente, director creatiu de la firma de moda valenciana Benavente, va iniciar la seva formació en patronatge i moda a València, on va explorar i experimentar amb tècniques artesanals que, amb el temps, es convertirien en el pilar fonamental de la marca.

Posteriorment, va ampliar els estudis en Disseny de moda a l'Escola de Disseny Barreira, on va refinar les seves idees i les va enriquir gràcies a una sòlida base tècnica. Aquesta formació li va permetre materialitzar formes, volums i muntatges sobre un fonament acuradament forjat en patronatge i confecció. El 2015 va obtenir el premi a la *Millor Col·lecció de Disseny Emergent* a la València Fashion Week, que va donar inici a la seva trajectòria al sector.

Al llarg dels anys, Benavente ha consolidat una identitat creativa sustentada en una triada de línies depurades, essència artesanal i puresa estètica. El seu treball es caracteritza per un equilibri minuciós entre tradició i avantguarda, on cada peça explica una història i cada detall parla d'ofici i visió.

En les seves propostes més recents, la firma ha delineat un concepte d'home que es mou entre allò femení, romàntic i eteri, tot trencant esquemes i desafiant prejudicis. Aquest enfocament acull un home que ja no es defineix per una estètica o tendència concretes, sinó per un caràcter, un estil de vida i un sentiment personals.

Benavente ha conquerit un espai propi, consolidant-se com una veu nova i necessària al panorama actual: una moda que no només vesteix, sinó que es recorda.

COL·LECCIÓ: CAPRICCIO PER BENAVENTE

El *capriccio* sorgeix al segle XVII com a forma musical, representant passatges o fins i tot òperes caracteritzats per la llibertat creativa, l'enginy i el virtuosisme, on cada nota reflecteix la imaginació del compositor i la destresa de l'intèrpret. Traslladat a l'àmbit de la moda, el concepte es transforma en el propi procés creatiu de l'artista: el seu dia a dia, les decisions estètiques que pren i les influències que modelen la seva visió.

La inspiració prové de l'autenticitat del treball propi, més que no pas de referències externes, i dona lloc a una proposta que defineix l'home de la firma i consolida una estètica reconeixible i coherent. Cada peça encarna aquesta filosofia i busca l'equilibri entre teatralitat i precisió i excés i refinament en un joc constant entre tradició i innovació.

"Capriccio per Benavente" no només vesteix: narra, provoca i roman a la memòria, convertint-se en un símbol de l'enfocament distintiu de la marca i de la seva aportació singular al panorama contemporani de la moda.

CARLOTA BARRERA



BIOGRAFIA

Carlota Barrera, dissenyadora i directora creativa amb base a Madrid, va fundar la seva marca homònima a Londres després de formar-se a Central Saint Martins, IED Madrid i London College of Fashion, on es va especialitzar en sastreria masculina. El punt de partida de la seva visió és entendre i qüestionar la roba per a home des de dins, tot explorant-ne els codis, la càrrega cultural i el potencial que té com a llenguatge contemporani.

La marca presenta una visió actual de la moda masculina, travessada per una sensibilitat queer que reinterpreta la tradició des d'una mirada íntima i rellevant. Cada col·lecció combina sastreria, contemporaneïtat, herència i artesanía, amb producció local i col·laboració amb professionals artesans.

Més enllà de les col·leccions, Carlota estén la seva pràctica a la creació de vestits a mida, la docència, la consultoria i la participació en xerrades per compartir la seva visió en diferents formats i contextos.

Des del seu llançament, la marca ha estat reconeguda amb el Vogue Fashion Fund a Espanya, el premi MCDM i el guardó com a Jove Talent de l'Acadèmia de la Moda Espanyola. Ha col·laborat amb marques com Leica, New Balance Football i Nike, i ha estat publicada en mitjans com Vogue, GQ, The Telegraph o ICON El País.

COL·LECCIÓ: SPRING SUMMER 2026

Amb aquesta col·lecció, Carlota Barrera explora la intimitat com un espai de tensió —allò que està més a prop del cos, allò que roman ocult i allò que succeeix quan es mostra. La col·lecció estudia la línia entre el que és privat i públic, i com l'exposició es converteix en un llenguatge en si mateix.

Els codis de llenceria s'apliquen des d'una perspectiva de sastreria i disseny masculí: tirants ajustables, teixits transparents, tancaments ocults i estructures internes portades a la superfície. Repunts que imiten les costures de les mitges, galons d'esmòking que recorden els tancaments de sostenidor, cintes soltes que suggereixen portalligacames.

Aquestes intervencions no suavitzen la sastreria masculina, sinó que en reformulen l'estructura, obrint així una conversa sobre seducció, vulnerabilitat i control. El teixit es converteix en una segona pell i l'estructura en gest.

La col·lecció continua la missió de la marca: qüestionar què és la moda masculina i què pot arribar a ésser. Situada entre categories —formal/informal, visible/invisible, masculí/femení— aquesta col·lecció abraça l'ambigüitat, l'artesania i una forma subtil de transgressió.



CUSTO BARCELONA

BIOGRAFIA

Custo Barcelona va ser fundada a la dècada de 1980 pels germans Custo i David Dalmau, inspirats per un viatge arreu del món, especialment per l'estil californià. Impressionats per la moda acolorida i les samarretes estampades, inaccessibles a Espanya, van crear inicialment la marca Custo Line. Es van formar en tècniques d'impressió i disseny gràfic i van desenvolupar un estil innovador i sofisticat. Amb el temps, van ampliar la seva oferta més enllà de les samarretes i van crear col·leccions completes. Avui, Custo Barcelona representa un estil de vida únic.

COL·LECCIÓ: INSTAGLAM

Amb "Instaglam", Custo Barcelona llança una col·lecció que celebra l'autoexpressió, la individualitat i l'estil sense filtres. Fidel al seu ADN creatiu, la firma aposta per dissenys que trenquen amb allò convencional, amb siluetes audaces, estructures geomètriques i una combinació inesperada de textures i materials.

Cada peça reflecteix una cura artesanal, amb teixits d'alta gamma, colors vius com el fúcsia, el turquesa o el negre, i detalls com llaços i passamaneries aplicats a mà. El resultat és una proposta que barreja innovació i sofisticació, però que manté l'essència artística de la marca.

Els vestits són els grans protagonistes, elaborats amb guipur, punta i patchwork geomètric, tot combinant tècniques d'alta costura amb referències contemporànies.

"Instaglam" reafirma la visió única de Custo Barcelona: una moda sense concessions, visual i profundament personal.



DOBLAS

BIOGRAFIA

Carlos Doblas, el creador darrere de la marca, compta amb una trajectòria destacada en la indústria de la moda.

Els últims 9 anys ha treballat com a responsable de disseny i director d'imatge a Sfera, i ha dissenyat col·leccions per a marques reconegudes com Zara, Bimba & Lola i Uterqüe.

Després de cursar Belles Arts a la Universitat de Sevilla i graduar-se en Disseny de Moda a IADE, va començar la seva experiència professional com a mà dreta i assistent de disseny de DAVIDELFIN, un dels dissenyadors més influents de la moda a Espanya, al mateix temps que llançava el seu propi projecte.

L'any 2010, Carlos va llançar la seva marca homònima, Carlos Doblas.

L'any 2023, la marca evoluciona cap a DOBLAS, un projecte renovat que encara conserva l'essència del seu fundador i ofereix un enfocament més madur i sòlid dins del mercat.

COL·LECCIÓ: TILL IT BREAKS

TILL IT BREAKS és una reflexió sobre la ruptura com a acte transformador. La col·lecció explora el moment de trencament i la possibilitat de renaixement, articulant un discurs sobre el canvi, els finals i els nous començaments.

Aquest projecte marca un gir estètic respecte a la col·lecció anterior, deixant enrere la sobrietat com a eix principal per donar pas a una narrativa més expressiva, sense perdre la coherència amb els codis essencials de la marca.

La figura materna, llegida des d'una perspectiva més personal i íntima, inspira gran part de l'imaginari. És un homenatge a la seva mare com a dona, a la seva joventut, i als anys vuitanta i principis dels noranta, que també són els seus primers records vinculats a la moda.

Flors, quadres, llunes, espatlles marcades i una sastreria renovada es reinterpreten des d'una mirada contemporània, més minimalista.

TILL IT BREAKS és ruptura, memòria i coratge.



DOMINNICO

BIOGRAFIA

DOMINNICO és una marca de *prêt-à-porter genderless* que va fundar l'any 2016 a Barcelona el seu director creatiu, Domingo Rodríguez Lázaro (Alacant, 1994). La firma, que treballa sota la premissa de la *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 de l'European Fashion Union. També es va introduir dins del marc de la moda a Madrid, amb la col·lecció a "EGO" i 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.

Al 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.

L'octubre del 2023, la marca va presentar la col·lecció "Maemuki SS24", en la qual va comptar amb un gran *casting* de models, amb noms tan reconeguts com Carmen Lomana o Sita Abellán. L'abril del 2024, la marca va presentar "Hook Fall 24" a la 080 Barcelona Fashion, i l'octubre passat va presentar la seva col·lecció "Varsity Desire Spring 25" també a la 080 Barcelona Fashion.

La col·lecció més recent, "Lucky Fall 25", es va presentar també a la 080 Barcelona Fashion amb una proposta molt marcada i temàtica; va comptar amb perfils com Mia Khalifa o Maria Forqué.

COL·LECCIÓ: DOMINNICO SPRING 2026

La col·lecció SPRING 2026 de DOMINNICO reinterpreta el segle XVIII sota una mirada contemporània. Siluetes tipus *corset*, volums *rococó* i teixits com brocats, tafetans o denim dialoguen amb tons pastel i vibrants. Inspirada en la Maria Antonieta de Sophia Coppola i la cultura pop, la proposta combina història i modernitat a través de l'*upcycling*.

EIKŌ AI

BIOGRAFIA

Sobre mi

Des d'una edat molt primerenca, m'ha fascinat la moda, tant a les revistes com a la vida real. Solia tallar i modificar els meus vestits nous quan encara era una nena. Necessitava toquejar la roba tota l'estona i tenir les tisores sempre a mà.

Quan vaig créixer, no vaig tenir cap mena de dubte: volia dedicar-me al disseny de moda. Em vaig matricular a l'Institut Europeo de Design de Barcelona i més tard vaig fer un curs a la Central Saint Martins de Londres.

Després d'adquirir experiència col·laborant amb marques locals i empreses multinacionals, vaig decidir seguir la meua vocació creativa i vaig fundar eikō ai.

La marca

El nom eikō ai procedeix de la traducció fonètica japonesa d'"esplendor" i "amor", és a dir, el nom i els cognoms dels socis fundadors de la marca. La marca uneix a la perfecció l'estil informal i la sofisticació.

Als seus inicis, eikō ai va reinterpretar les clàssiques peces bàsiques de l'armari, afegint-hi un toc únic. A mesura que el negoci creixia, vam ampliar la nostra gamma amb productes nous per diversificar el nostre "univers" i connectar amb un públic més variat.

COL·LECCIÓ: ECOS DE LA LUZ

La llum no només il·lumina— es posa, es desplaça, recorda. En aquesta col·lecció, la llum es converteix en un llenguatge, un fil invisible entre el passat i el present, entre el moviment i la pausa, entre allò visible i allò que a penes s'intueix.

Ecos de la Luz no busca la precisió, sinó la percepció. És un intent de capturar aquests instants en què la llum frega una superfície i deixa alguna cosa enrere: una emoció, una sensació, un ressò.

Inspirada no en la pintura com a referència directa, sinó com a emoció latent, aquesta col·lecció explora la llum com un temps líquid, que flueix entre estils, que connecta allò masculí i allò femení, allò antic i allò contemporani, allò polític i allò cru. Aquí, els oposats no s'enfronten, s'abracen.

Les peces estan construïdes amb materials sincers: lli amb textura, cotons naturals, sedes rentades, capes translúcides que no amaguen el cos, sinó que el deixen respirar. Res no és perfectament simètric. Les línies són suaus, els talls relaxats, els detalls lleugerament desviats. Un estampat pot suggerir una flor o el record d'una. Una ratlla pot contenir estructura, o permetre que es dissolgui. Els *patchworks* no corregeixen les imperfeccions; les celebren com a part de la seva vida.

La paleta és introspectiva, gairebé emocional: blancs que respiren, préssec empolsat, *nude*, menta destenyida i pastels apagats. Tons que no dominen, sinó que reflecteixen estats d'ànim, llum i silenci.

Ecos de la Luz no intenta capturar la bellesa. Deixa que es mogui, canviï i es contradigui. No demana ser explicada, només sentida. Com la llum. Com un record. Com l'art, potser... Si l'art pogués respirar.



ESCORPION

BIOGRAFIA

Fundada el 1929, la firma Escorpion és un referent en el sector del *knitwear* internacional gràcies al disseny sofisticat 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, una autèntica icona de moda eterna i versàtil.

Des de les seves oficines a Igualada i Barcelona, Escorpion defensa la moda i la sostenibilitat a través de processos responsables amb el medi ambient. El 2024, Jessica Raya pren el relleu de Carles Gracia com a directora creativa de la firma. Defensarà el llegat de la casa i aportarà a les seves col·leccions una visió més contemporània.

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

COL·LECCIÓ: HOLISTIC GETAWAY

Holistic Getaway neix com una escapada conscient cap a una vida més lliure, pausada i connectada. Inspirada l'auge dels retirs espirituals que van florir a la costa oest dels Estats Units durant els anys 70, quan Los Ángeles feia olor d'encens i revolució, i la moda era una forma de protesta serena.

Rendim homenatge a una generació que va buscar noves maneres de viure, estimar i expressar-se, allunyant-se del materialisme, del ritme imposat per la societat i dels conflictes. Molt d'acord amb els temps que vivim en l'actualitat, volem reivindicar una moda més sostenible, una versió de nosaltres més humana. Un món...

D'amor i no de guerra.

De calma, no de consum.

De llibertat, no de normes.



GAU

BIOGRAFIA

Sergio Gau és un dissenyador de moda nascut a l'Uruguai, establert a València i director creatiu de la seva firma GAU.

Es presenta a diferents passarel·les de moda a Espanya.

El seu disseny es caracteritza per peces elegants i sofisticades, amb un estil únic, modern i avantguardista.

S'inspira en l'arquitectura, l'art i la cultura per crear les seves col·leccions, que combinen colors vius, textures i talls innovadors.

El treball de Sergio Gau es caracteritza pel seu enfocament en la creativitat al disseny de moda. Té una forta identitat i imatge, on la diversitat de gènere i la diversitat d'edats donen a la marca un aire nou i actual.

Celebritats de renom han lluit els seus dissenys en diferents esdeveniments de moda, catifes vermelles, programes de televisió de gran audiència i editorials de prestigioses revistes.

A més de ser un dissenyador polifacètic, GAU és docent universitari de grau mitjà i superior en llicenciatures de disseny de moda.

COL·LECCIÓ: ÉXTASIS

ÉXTASIS no és només una col·lecció, és una experiència que s'encapsula i s'ofereix com una píndola simbòlica. Com si tot l'univers visual i conceptual de la col·lecció, els seus colors, contradiccions, desitjos i paradoxes pogués comprimir-se en una càpsula psicotròpica d'art i moda, llesta per ser ingerida per aquells que s'atreveixen a travessar el llindar d'allò quotidià.

Inspirada en *El jardí de les delícies* d'El Bosco, aquesta càpsula actua com un portal directe cap al subconscient col·lectiu, on el plaer i el pecat conviuen en una dansa al·lucinada.

Estudia la complexitat dels seus temes i la riquesa dels seus colors i formes. La temàtica central és la dualitat de l'ésser humà, la lluita entre el bé i el mal, i l'exploració dels plaers i els pecats.

Igual que les visions surrealistes d'El Bosco, ÉXTASIS ens confronta amb els anhels que neixen dins nostre: la recerca de la bellesa, la lluita per l'autenticitat i el desig de connexió.

Els qui assisteixen no només *veuen* la col·lecció, la *consumeixen*. Cada peça és una molècula que reconfigura la percepció, un vers absorbit pels sentits. En prendre aquesta píndola visual, l'espectador es converteix en un participant actiu del deliri estètic. Se li permet sentir, dubtar, confrontar les seves ombres i abraçar el seu desig de redempció, remetent al món de la festa, del trànsit, del ritual modern on es dissolen les fronteres entre el cos, l'emoció i la visió.

La col·lecció ÉXTASIS de GAU encapsula les nostres contradiccions més profundes i les converteix en motor de transformació. La càpsula no és evasió, és revelació.

Igual que l'obra d'El Bosco planteja una realitat fragmentada i onírica, la càpsula d'ÉXTASIS ens convida a un viatge interior: una microdosi de bellesa i una sobredosi de simbolismes.



GUILLERMINA BAEZA

BIOGRAFIA

Guillermina Baeza va revolucionar la moda de bany als 80 desfilant a passarel·les europees. Avui, amb la seva filla Belén Larruy, lidera un llegat de més de 50 anys creant banyadors atemporals que uneixen elegància, innovació i excel·lència artesana.

COL·LECCIÓ: HERITAGE

HERITAGE fusiona passat i present en banyadors que reten homenatge a la tradició i a la innovació. Amb materials sostenibles, fibres reciclades i producció local, la col·lecció SS26 celebra l'art del detall, el disseny que perdura i el luxe que perdura.



HABEY CLUB

BIOGRAFIA

Habey Club és una firma nacional assentada a la slow fashion. Els valors principals de la marca 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.

A banda d'això, una altra part fonamental de la marca són les idees que originen les seves col·leccions. Les seves inspiracions sorgeixen de l'art, el cinema, la fotografia i històries reals o inventades, que desemboquen en conceptes que es converteixen en textures, combinacions de colors, brodats o accessoris cuidats. Pel que fa als accessoris, David i Javier entenen el valor dels complements i com 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 l'estètica de Habey Club en cada col·lecció.

COL·LECCIÓ: BASTA

B A S T A és el títol de la col·lecció que Habey Club presenta com a proposta per a primavera-estiu 2026, amb l'obra d'Ana Rujas, "La Otra Bestia", com a punt de partida.

B A S T A parla d'un despertar en el sentit més ampli de la paraula, parla del desamor i de l'amor propi, del que és salvatge i del que és místic, tot plegat sota el constant paraigua de la bellesa, com el paper que ho embolica tot.

En la primavera-estiu 26 de la firma, podem observar com les textures clàssiques s'entrellacen i es compliquen com si esclatessin amb l'aparició d'aquesta altra bèstia.

Els volums en diferents punts prenen el protagonisme i fan que les siluetes es desfigurin, creant així, noves formes.

Cotons, cuir, denim i punt són els grans protagonistes d'aquesta història que, a través d'una gamma cromàtica que va des dels marrons fins als verds herba, narra un procés introspectiu tant bell com colpidor.



INMA LINARES

BIOGRAFIA

Inma Linares, nascuda a Sevilla, és una dissenyadora que aposta per un estil modern i sofisticat, on la geometria i l'harmonia dels teixits dialoguen per realçar la silueta femenina. Després de formar-se com a Personal Shopper el 2010 i posteriorment, especialitzar-se en Alta Costura, va començar a desenvolupar un llenguatge propi que combina l'elegància intemporal amb una visió contemporània.

El 2015 va fundar el seu atelier a Sevilla, on crea peces exclusives que han vestit personalitats com Elsa Pataky, Cristina Pedroche, Blanca Suárez o Alaska. Les seves col·leccions, presentades en passarel·les nacionals i internacionals, es caracteritzen per l'atenció meticulosa al detall, l'experimentació amb volums i l'aposta per la qualitat artesanal.

En cada disseny, Inma busca transmetre una força silenciosa: peces que empoderen, inspiren i celebren l'essència de la dona actual.

COL·LECCIÓ: ANÉMONA

Anémona és una col·lecció que posa en valor la noblesa dels teixits d'alta qualitat. El volum, les tècniques de patronatge innovadores i una confecció minuciosament cuidada eleven cada *look* a la categoria d'alta costura, on la moda i el feminisme s'entrellacen per donar vida a estilismes purs i impecables.

Al llarg de la col·lecció, s'exploren volums construïts sobre organza, organza brodada, lluentons, lluentons grans, sedes i teixits de fantasia, que aporten textura, llum i moviment a les siluetes.

Els estilismes nets i essencials prenen protagonisme per la seva força silenciosa. En alguns dissenys, s'inclouen detalls artesanals que evocuen el mar i suposen una subtil picada d'ullet poètica que connecta amb la inspiració de la col·lecció.



JUAN VG

BIOGRAFIA

Juan VG és un dissenyador de moda la trajectòria creativa del qual va néixer d'una necessitat personal: no sentir-se representat per la roba que trobava durant la seva adolescència. Als 15 anys va començar a customitzar peces de segona mà i a transformar roba del seu pare i seva pròpia, desenvolupant una manera de crear instintiva i molt personal.

Molt abans de conèixer el concepte d'*upcycling*, Juan ja el posava en pràctica: dissenyava sense comprar res de nou, utilitzant només els materials i recursos que tenia a l'abast. Aquesta connexió intuïtiva amb l'*upcycling* es va convertir, amb el temps, en un dels pilars fonamentals de la seva filosofia de disseny.

Després d'estudiar Comerç i de viure un any a Seül i un altre a Hongria, va tornar a Espanya per formar-se en Disseny de Moda a Barcelona durant un any. Aquestes experiències —culturals, personals i acadèmiques— són avui la base de l'enfocament de la seva marca.

Juan VG es construeix des de la transformació: parteix de peces bàsiques, de segona mà o passades de moda, per reinventar-les en peces atrevides, divertides i totalment portables en el dia a dia. La seva feina combina l'experimentació amb la funcionalitat, donant una nova vida al que havia estat oblidat a través del disseny.

COL·LECCIÓ: JALEO

JUAN VG presenta la seva nova col·lecció com un viatge estilístic a través del dia a dia d'un "cayetano", aquesta figura icònica de l'estètica pija que el dissenyador ha observat des de petit als carrers de Valladolid.

Aquesta vegada, sense perdre el seu esperit rebel ni el seu compromís amb l'*upcycling*, JUAN VG es reconcilia amb aquella imatge que sempre l'ha envoltat: la desmunta i la reconstrueix des d'una mirada més madura, fresca i provocadora.

La col·lecció proposa una narrativa completa: des de les primeres hores del dia, amb peces relaxades per baixar a comprar el pa o sortir a fer el vermut amb amics, passejar, sopars elegants o esdeveniments formals. Cada conjunt està dissenyat per acompanyar el nou pijo en cada moment de la seva rutina, reinterpretant amb humor i sofisticació els codis clàssics: americanes creuades, jerseis a l'espatlla, mocassins i fins i tot roba d'esport, tots transformats amb un toc arriscat, conscient i completament contemporani.

Aquesta col·lecció no és una crítica, sinó una relectura: una manera de reconnectar amb allò que en el seu moment vaig rebutjar, fins que vaig decidir acceptar-ho i donar-li un gir més lliure, més personal.

JUAN VG canvia, evoluciona i defensa que hi ha moltes possibilitats, i que podem passar de gamberro a pijo sense que tingui importància; la roba és per portar-la, gaudir-la i no per encasellar-nos.

LEMÄCHET



BIOGRAFIA

Lucía Sánchez, dissenyadora i directora creativa nascuda a Almonte (Huelva), és la ment darrere de Lemächet, una firma que ha irromput en la moda masculina amb una visió renovada i audaç. Graduada en Disseny de Moda per la Universitat CEADE Leonardo (Sevilla), va emprendre un camí de recerca estètica i conceptual que la va portar a replantejar els codis tradicionals de la sastreria i de la masculinitat contemporània.

La seva inquietud creativa es va materialitzar en Lemächet, marca concebuda des d'una pregunta essencial: *Què significa per a tu la masculinitat?* A partir d'aquesta reflexió, Lucía proposa entendre l'energia masculina no com una limitació de gènere o sexe, sinó com una força que es pot expressar en qualsevol persona.

Inspirada en el concepte "Le mächet", evocació d'un home lliure, autèntic i sense prejudicis, Lucía ha desenvolupat un estil propi que fusiona l'herència sastre amb l'experimentació contemporània. Inicialment centrada en la reinterpretació de la sastreria masculina, la marca va evolucionar gràcies a la resposta del públic i s'ha consolidat com una proposta inclusiva que connecta amb identitats masculines, femenines i no binàries.

Lemächet representa una masculinitat elegant, fresca i en sintonia amb les sensibilitats actuals. El seu propòsit és clar: inspirar una nova generació de persones a expressar-se sense límits a través de la moda, qüestionant allò convencional i transformant l'essència de la vestimenta masculina.

COL·LECCIÓ: CATALINA

LEMACHET PRESENTA CATALINA : UN REFUGI FELIÇ CREAT A LA INFÀNCIA

La firma andalusa revela en el marc de la 080 Barcelona Fashion la seva nova col·lecció: una proposta que abraça allò simple, rescata allò essencial i transforma el vestuari masculí.

Concebuda com una invitació a explorar el món interior de la seva directora creativa, Catalina neix del refugi emocional creat a la infància, on la vida de poble es converteix en inspiració i la nostàlgia es transforma en estètica contemporània.

La col·lecció es desplega en siluetes evocadores i teixits carregats de memòria, tot construint una paleta cromàtica serena que respira tendresa i equilibri. Destaquen els contrastos entre el lamé i els teixits de sastreria, els lluentons i les gases combinades amb el punt clàssic. Com a fil conductor apareix un element únic: els botons, símbol íntim que evoca el primer contacte de la directora creativa amb la moda, a través de la seva àvia.

Més que moda, Catalina és una narrativa que abraça allò simple i allò emocional, un homenatge al passat que es converteix en present a través de l'art. Cada disseny és un recordatori que la intimitat també es pot compartir, i que la bellesa habita en els detalls més petits.

Amb Catalina, Lemächet reafirma el seu compromís amb una moda que no només vesteix, sinó que també recorda, transforma i celebra la sensibilitat en totes les formes.

LOLA CASADEMUNT BY MAITE

BIOGRAFIA

Maite Casademunt
Directora Creativa de LOLA CASADEMUNT BY MAITE

LOLA CASADEMUNT és una empresa catalana de moda femenina amb més de 40 anys d'història, fundada l'any 1981 per la Sra. Lola Casademunt a Cardedeu (Barcelona). El que va començar com una petita producció artesanal de complements per al cabell es va convertir ràpidament en una marca reconeguda a nivell nacional.

Maite Casademunt, filla de la fundadora, es va incorporar a l'empresa després de finalitzar els seus estudis de Disseny. La seva visió creativa i esperit emprenedor van impulsar la creació d'una línia de moda que va marcar un punt d'inflexió en la companyia. Des del 2018, Maite lidera la firma com a presidenta i directora creativa, combinant tradició i innovació, i consolidant el seu posicionament com a referent de la moda espanyola.

Actualment, la marca compta amb dues línies: **LOLA CASADEMUNT** i **LOLA CASADEMUNT BY MAITE**, amb quatre col·leccions anuals. En els darrers anys, l'empresa ha experimentat un creixement notable tant a nivell nacional com internacional, i ha rebut més de nou premis pel seu lideratge, sostenibilitat i capacitat d'internacionalització.

Entre les col·laboracions més destacades hi trobem:

- Disseny dels uniformes dels vigilants del Museu Reina Sofia.
- Patrocini oficial de l'equip femení NYYC American Magic a la 37a America's Cup.
- Projecte solidari amb la Fundació Princesa de Girona per al benestar emocional de joves.
- Col·laboració amb la Fundació Contigo, donant suport a la investigació en la lluita contra el càncer.

COL·LECCIÓ: METROPOLITAN SAFARI

El ritme frenètic reflectit als finestrals d'una gran ciutat inspira la nova proposta de LOLA CASADEMUNT BY MAITE per a la temporada Spring/Summer 2026. Metropolitan Safari és un viatge imaginari per un safari urbà: una col·lecció que fusiona la força salvatge de l'*animal print* —icònic en l'ADN de la casa— amb una actitud cosmopolita, dinàmica i contemporània.

Els estampats de lleopard i serp multicolor es projecten sobre peces pensades per trepitjar l'asfalt amb sofisticació i atreviment. Peces versàtils i plenes de detalls: serrells, fantasies, pedreria i una riquesa tèxtil que juga amb els contrastos i els volums. La paleta cromàtica parteix del negre com a base, que s'il·lumina amb tons vius com el vermell, el verd i el cru més natural.

Organzes, sedes i teixits tècnics s'entrellacen per construir una proposta visualment impactant, pensada per a dones que marquen el ritme de la ciutat com si fos una passarel·la. Metropolitan Safari és la nova aposta de la firma per a una primavera-estiu on allò salvatge i sofisticat es fon amb l'ADN de LOLA CASADEMUNT BY MAITE.

MOISÉS NIETO

BIOGRAFIA

Moisés Nieto és una marca de moda sostenible fundada el 2011 pel dissenyador que dona el nom a la firma. Graduat a l'Institut Europeo di Design el 2010, la seva tesi es va convertir en la seva primera col·lecció.

Moisés Nieto es defineix per la fusió de l'artesania i l'atenció al detall, amb un sentit del gust refinat. Les seves col·leccions estimulen el diàleg entre tradició i innovació, cultura social i història personal, art nacional i indústria global, apostant sempre per l'ús de matèria primera 100 % feta a Espanya.

Defensor convençut que la sostenibilitat és un valor irrenunciable per a la moda d'autor, el dissenyador reconeix el poder de la roba com a motor de canvi i de comunicació. Moisés Nieto obre mercat internacional el 2014 i comença a vendre les seves peces internacionalment.

El 2016 és el guanyador de Who's on Next Vogue Espanya i és guardonat amb el Premi Nacional de Moda. A més és el creador del cercador d'artesans La Hacería i col·labora activament amb altres marques per crear sinergies.

COL·LECCIÓ: SPRING SUMMER 2026

Han passat quinze anys des que Moisés va presentar per primer cop la seva visió del món a través de la moda. Avui, la seva firma celebra aquest recorregut amb una col·lecció que no només mira cap al passat, sinó que el transforma en un present depurat, conscient i ple d'intenció.

Aquesta proposta és una carta d'amor als inicis, però també una afirmació de qui és Moisés Nieto avui. Les siluetes han guanyat profunditat i les formes, que en el seu moment van ser espontànies, dialoguen ara amb una maduresa que no renuncia a l'emoció del primer traç. Cada peça ret homenatge als codis que han definit la firma des dels seus inicis —el volum precís, els acabats impecables, el joc amb el color— i els porta a un lloc més serè i rotund.

Els estampats i colors s'entrellacen per narrar una història on els roses i vermells, juntament amb altres tons càlids i contrastats, dialoguen amb llunes i ratlles. Les combinacions estan pensades no només per explicar una història, sinó també per divertir, en una col·lecció que celebra i experimenta amb els teixits, com els cotons, les viscoses, els mikados i el denim, i juga amb volums i textures arrugades, prisats i acabats innovadors, incloent-hi la tecnologia de Jeanologia per aconseguir efectes làser desgastats al denim.

Hi ha memòria en cada costura, però també evolució. Aquesta col·lecció celebra l'ofici, la constància i la capacitat de transformar una intuïció personal en un llenguatge reconeixible, honest i profundament contemporani. No és nostàlgia, és celebració. Una tornada a casa amb tot allò après en el camí.

La paleta cromàtica es mou entre neutres serens —beixos, blaus i negres subtils— amb accents de groc, vermell i rosa que aporten frescor i evocuen records afectius.

En aquesta edició, la col·laboració amb MÓ presenta una acurada selecció d'ulleres de vista i de sol, complementades amb un estampat exclusiu que aporta un accent distintiu a alguns looks. LUPO BARCELONA aporta les seves icòniques bosses, completant així la proposta de manera harmoniosa i sofisticada.



NATHALIE CHANDLER

BIOGRAFIA

Nathalie Chandler és una dissenyadora de moda belga establerta a Barcelona, reconeguda pel seu enfocament sofisticat, artístic i provocador dins de la moda contemporània. La seva obra es defineix per una visió estètica contundent que combina precisió tècnica, sensibilitat visual i una actitud femenina, lliure i sense concessions.

Formada a Europa, Nathalie va iniciar la seva trajectòria professional a París, on va treballar com a estilista per a grans *maisons* internacionals. Aquesta etapa va ser fonamental per aprofundir en la seva comprensió del luxe, perfeccionar l'ull per al detall i consolidar una connexió profunda amb els codis de l'alta costura. Alhora, adquirirà una metodologia de treball rigorosa i una sensibilitat creativa que avui continuen definint l'ADN de la seva marca.

Com a fundadora de la firma homònima, Nathalie Chandler proposa una moda que uneix l'exigència tècnica del disseny europeu amb la irreverència elegant de l'estil parisenc. Les seves col·leccions desafien les convencions a través de siluetes marcades, talls asimètrics, teixits nobles i una narrativa visual potent i coherent. Cada peça és el resultat d'un estudi minuciós de la forma, la proporció i el moviment.

Amb base a Barcelona, la marca s'ha consolidat com una veu emergent dins del panorama de la moda independent. Des del seu debut a la 080 Barcelona Fashion, les seves col·leccions han captat l'atenció de la crítica i d'un públic cada cop més internacional, gràcies a una combinació única de força visual, sensualitat refinada i construcció impecable.

Més que dissenyar roba, Nathalie Chandler construeix identitat. Les seves peces no segueixen tendències, sinó que expressen caràcter. Estan pensades per vestir cossos reals amb presència, determinació i una bellesa sense concessions. Al seu univers creatiu, la moda és alhora una declaració estètica i una afirmació de poder personal.

COL·LECCIÓ: À FLEUR DE PEAU

Una visió del futur segons Nathalie Chandler, on el temps es congela entre l'elegància de la forma i la velocitat del que ha de venir. Utopia Cromàtica no s'imagina un futur distòpic, sinó una nova era on el poder de la moda resideix en la precisió, l'estructura i la bellesa de l'inesperat.

Les siluetes, impecablement traçades, es construeixen sobre talls simètrics que s'acosten a l'escultòric. La col·lecció troba equilibri entre la tècnica i la sensualitat, entre la racionalitat i la intuïció. El negre, sobri i absolut, domina com un llenç de control. Els accents en vermell profund, groc daurat i verd intens no busquen protagonisme, sinó harmonia: són notes de caràcter, com les llums de posició en la foscor.

Aquesta utopia no crida, xiuxieuja. És moda des de la serenitat: elegant, freda com el titani, càlida com un record digital. Aquesta sofisticada irreverència marca el pas d'una dona que no busca ser vista, sinó recordada.

Una moda que no s'imagina, sinó que es calcula.

OUTSIDERS DIVISION



BIOGRAFIA

"És la roba de la secció de nens, però en talles d'adults".

Va ser creada el 2012 en una galeria d'art de Barcelona per David Méndez Alonso. Sota el lema "Adults que no han crescut", Outsiders Division utilitza les emocions com a eina per donar forma a col·leccions que inclouen una àmplia varietat de peces i accessoris. La contradicció és sempre present en els seus dissenys, autodenominats "Preppy-Punk", que enllacen subcultura i pop mitjançant l'ús lliure del color i la imaginació.

COL·LECCIÓ: KINDERGARDEN RIOT

A Outsiders Division creiem que el temps no és lineal. Dins de cada adult hi viu un nen curiós, i dins de cada avi, un jove que es resisteix a apagar-se. Aquesta col·lecció neix d'aquesta paradoxa: la trobada de dues edats que es contradueixen però que, en barrejar-se, revelen una nova manera de mirar la moda.

Imaginem un món on els nés intercanvien abrics amb els avis, on els mitjons d'escola conviuen amb les jaquetes de tweed, i on la innocència del joc es barreja amb la seriositat de la tradició. Aquesta fricció genera quelcom nou: una estètica "preppy-punk" que no obeeix ni l'edat ni les regles, perquè entenem el vestir com un exercici de capes i barreges que expliquen històries diferents en unir-se.

Però més enllà de la roba, aquesta col·lecció parla de com ens relacionem amb el temps. Vivim en una societat que exigeix madurar ràpid, amagar la tendresa i dissimular la vulnerabilitat. Les nostres peces proposen el contrari: tornar a jugar, tornar a explorar, recuperar la llibertat d'experimentar amb qui ets, sense importar la data del teu passaport.

Per nosaltres, la moda no és un uniforme del que hauries de ser, sinó un espai on els oposats dialoguen. Aquesta col·lecció no tria entre joventut o vellesa, entre rebel·lia o tradició. Ho tria tot. Perquè així és la vida: un xoc constant de contradiccions que, en conviure, ens fan més autèntics.

Outsiders Division presenta un recordatori: créixer és inevitable, però deixar d'imaginar és opcional.



REPARTO

BIOGRAFIA

REPARTO va néixer l'any 2019 a Madrid, fruit de la col·laboració creativa entre Margil Peña i Ana Viglione.

A través de les seves col·leccions, REPARTO explora la realitat actual mitjançant les trobades casuais de personatges imaginaris, les seves esperances i les seves pors. Amb un enfocament irònic però directe, cada temporada aborda experiències personals i afronta temes complexos i inesperats amb sentit de l'humor i un toc de despreocupació.

Capturant l'ànim dels temps a través de l'imaginari col·lectiu, REPARTO té por de fer de mirall tant per a la indústria de la moda com per a nosaltres mateixos, i ens convida a qüestionar per què som on som i per què fem el que fem.

L'honestetat i la vulnerabilitat són part essencial de l'esperit de REPARTO, que aborda de manera transparent què implica ser emprenedors creatius. Així, han format una comunitat lleial, compromesa amb el creixement del projecte i que comparteix de prop tant els encerts com les rellicades.

Peña i Viglione defensen la moda com una forma d'entreteniment visual, integrant el desenvolupament de personatges i narratives amb inspiració cinematogràfica. El seu objectiu és convertir la moda en una plataforma per a l'intercanvi i l'impacte positiu, des de la lleugeresa, la capacitat de riure's d'un mateix i el compromís de no prendre's res massa seriosament.

REPARTO ha presentat les seves col·leccions a la passarel·la de MBFW Madrid i 080 Barcelona Fashion, i des de 2023 tots dos fundadors exerceixen com a *Program Leaders* al màster de moda de l'IED Madrid.

COL·LECCIÓ: CLASIFICACIÓN: R

Amb la por com a inspiració, REPARTO llança la seva col·lecció "Clasificación: R".

La nova proposta de REPARTO explora les pors existencials i les inseguretats més íntimes, tot reivindicant la vulnerabilitat com a part essencial de la seva identitat. Aquesta col·lecció s'endinsa en la dualitat entre vida i mort, desig i buit, bellesa i decadència.

"Clasificación: R" dona nom a aquesta col·lecció com a picada d'ullet audiovisual, de manera romàntica i presentant cada tema sense restriccions. La proposta conté referències a la por, la inseguretat, el conflicte emocional i la inevitable mort.

REPARTO pren com a referència estètica les vanitats del segle XVII, que representaven la bellesa efímera, l'atracció per les coses superficials i la certesa de la decadència. Així, la col·lecció recorda que tot plaer, poder o perfecció és transitori. De manera nostàlgica, "Clasificación: R" connecta també amb l'estètica de l'adolescència dels directors creatius, moment en què les pors i les inseguretats van començar a modelar la seva personalitat.

Entre els seus personatges apareixen temes com l'ansietat productiva, la por a l'oblit, la bogeria, perdre's un mateix, el conflicte moral o el buit de sentir-se *multitasking*.

Les tècniques de confecció com l'*upcycling*, la reutilització de peces de segona mà, la repetició de fornitures o el *moulage* continuen presents en aquesta col·lecció, la qual cosa contribueix a l'estètica sostenible i experimental de la marca. A més, REPARTO continua col·laborant amb Fernando Gómez en el disseny de calçat i incorpora la marca Simbolic en joieria.



SANTAMARTA

BIOGRAFIA

SANTAMARTA és una firma de moda multidisciplinària en què convergeixen disseny, creació artística i divulgació mediambiental. A través d'una filosofia holística, aquest projecte concep l'art i el disseny com a nexes d'unió entre els seus aspectes creatius, productius i educatius, i els fa servir com a eina de sensibilització social.

Basa totes les peces en l'*upcycling*, un procés molt artesanal en el qual es reutilitza peces de segona mà i teixits deadstock, per aprofitar al màxim els recursos i tenir un impacte positiu en el medi ambient. L'estètica minimalista i avantguardista de SANTAMARTA s'allunya de la imatge convencional de l'*upcycling* per posar en valor aquesta tècnica sense deixar de banda el disseny.

COL·LECCIÓ: HABITAR UN ESPACIO

L'espai s'habita, es crea, s'observa, s'ocupa. Però l'espai no és només un lloc físic i tangible. De vegades és un estat mental, de vegades podem assolir-lo sense trobar-nos-hi. La interacció amb l'espai i les diferents dimensions són el punt de partida d'aquesta col·lecció. Explorem com els espais poden canviar el seu el significat i fins i tot la seva corporeïtat, depenent de com s'habiten, o el que és el mateix, com des de l'interior podem alterar l'exterior.

Habitar un espai, pren un pla artesanal, no només per l'ús d'*upcycling* a totes les seves peces, sinó per la recreació de formes naturals a través de la pell, que és, al seu torn, una manera de plasmar l'obsessió constant de l'ésser humà per fer seu l'espai, tancar, cercar i delimitar la natura, intentar millorar-la i finalment imitar-la.



SIMORRA

BIOGRAFIA

SIMORRA centra les seves propostes en l'arquitectura dels materials i les 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 crear coses útils d'un alt component estètic.

El disseny de la marca es defineix no només en la forma en què beu 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 continuar generant novetat i continuar emocionant amb les nostres propostes"

Aquesta filosofia té, per descomptat, un reflex en els matisos i propostes de cadascuna de les col·leccions i en la forma en què interpel·la una societat transgeneracional unida per un mateix propòsit, on l'edat no és un factor discriminador: "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: RAÍCES

Presentem a 080 Barcelona Fashion *Raíces*, la nova col·lecció FW25/26, inspirada en *The Power of Movement in Plants*, un estudi realitzat per Francis Darwin juntament amb el seu pare, Charles Darwin, en què afirmaven que "les plantes són éssers intel·ligents". Aquesta perspectiva, que va commocionar la societat científica del segle XIX, va marcar l'inici d'una línia d'investigació que avui conclou que el sistema d'arrels de les plantes actua com un cervell: capaç de pensar, crear vincles i establir xarxes col·laboratives entre membres de la mateixa família, així com amb altres espècies animals i vegetals.

En el centenari de la seva mort, SIMORRA ret homenatge a aquesta visió a través d'una col·lecció que reflexiona sobre la intel·ligència, el pensament col·laboratiu entre éssers vius i la societat transgeneracional. Una proposta que reivindica el poder de l'admiració i la curiositat, convidant a explorar noves formes de percebre el món, repensar la nostra relació amb la natura i qüestionar el lloc de l'ésser humà en aquest ecosistema que anomenem Terra.

ZOE OMS



BIOGRAFIA

Zoe Oms (Barcelona, 2000) és una dissenyadora de moda femenina. Després d'estudiar disseny de moda a Londres (London College of Fashion, UAL), l'any 2024 es va establir a Barcelona per començar la seva pròpia marca inspirada en una feminitat reinterpretada.

A l'octubre de 2024 va debutar per primera vegada en passarel·la a la 080 Barcelona Fashion amb la col·lecció *"Ribbons & Ruffles"* SS25. Actualment, té un taller de moda a Barcelona on hi desenvolupa noves col·leccions.

COL·LECCIÓ: CLOUD

CLOUD és una proposta romàntica, fosca i maximalista. La col·lecció reflexiona sobre el temps plujós, ennuvolat i melancòlic i sobre com aquest influeix en l'emocionalitat i la funcionalitat del vestir. La idea principal és aportar funcionalitat a un univers completament femení. Els aspectes tècnics de la roba de pluja es reinterpreten des de la sensibilitat i el detall en bruses, jaquetes, faldilles i vestits.

Les siluetes són bombades i romàntiques, amb proporcions exagerades i hi predominen els volants, les cintes, els frunzits i una gran atenció al detall. S'incorpora la idea de l'arnès per donar estructura a una silueta vaporosa. Hi ha un ús constant de la superposició de peces i del contrast de teixits i textures, creant així un dinamisme entre la rigidesa i el romanticisme.

Per primera vegada s'introdueix el color negre, en contrast amb el blanc que fins ara havia definit el llenguatge visual de la marca. El blanc es manté com a símbol de llum i puresa, mentre que el negre simbolitza la foscor d'un cel ennuvolat. Aquesta dualitat entre blanc i negre accentua la tensió emocional de la col·lecció.

080 REBORN



2025 arriba la **quarta edició de 080 Reborn**, una proposta que uneix **creativitat** i **sostenibilitat**. La col·lecció, amb la mirada estilística de Fermín + Gilles, s'ha confeccionat a partir de **peces recuperades**, donant una **segona vida** a materials provinents de residus tèxtils i botigues de **segona mà**.

Moda amb valor: repensar el consum, allargar l'ús de la roba i reduir-ne l'impacte ambiental. Peces úniques, preparades per ser viscudes moltes vegades i per moltes persones. Una moda que es renova i perdura.

080SPOT_SPAINGALLERY

Les plataformes **Spain Gallery** i **080 Barcelona Fashion** s'alien amb l'objectiu de promoure i visibilitzar la moda d'autor del nostre país.

L'objectiu de **Spain Gallery** és atorgar a les firmes espanyoles el lloc que mereixen mostrant-ne el potencial i la creativitat present en aquestes marques.

A través del suport de Spain Gallery, s'impulsa la projecció internacional de les marques d'autor per augmentar-ne la notorietat i la visibilitat.

Aquests valors coincideixen plenament amb la plataforma **080 Barcelona Fashion**, que any rere any consolida Barcelona com a centre neuràlgic de la moda d'autor a Espanya, creant noves connexions i oportunitats i enriquint el panorama creatiu i artístic de la ciutat.

Aquest espai és un **punt de trobada i d'interacció** amb el públic amant de la moda i les marques. En aquesta edició comptarem amb la participació de **22 marques, creatives i creatius nacionals**.



080SPOT_SPAINGALLERY

Expositors:

404 STUDIO, AAA STUDIO, BIBENCIA, BOIRA GLASS, CARRIERI, CHERRY MASSIA, COMPTE SPAIN, EDITORIAL SUPERFLUA, FATIMA MIÑANA, HERASE STUDIO, HUNE/KRACKONLINE, JANE BARDOT, LUISA GODED, NIMPH, PEPO MORENO, RUBEARTH, TANIA MARCIAL, TARTI TAILORED, THE ARTELIER, UGO BOULARD, VICTOR VON SCHWARZ, ICONCEPT.

Talks & Workshops:

Amb **080Spot_SpainGallery** s'obre un **nou canal multidireccional** que connecta amb el públic de diferents maneres i el convida a participar, crear comunitat i activitat. Alhora, potencia i enriqueix la **dimensió cultural i social** de l'esdeveniment, i ofereix més motius per no perdre's la cita.

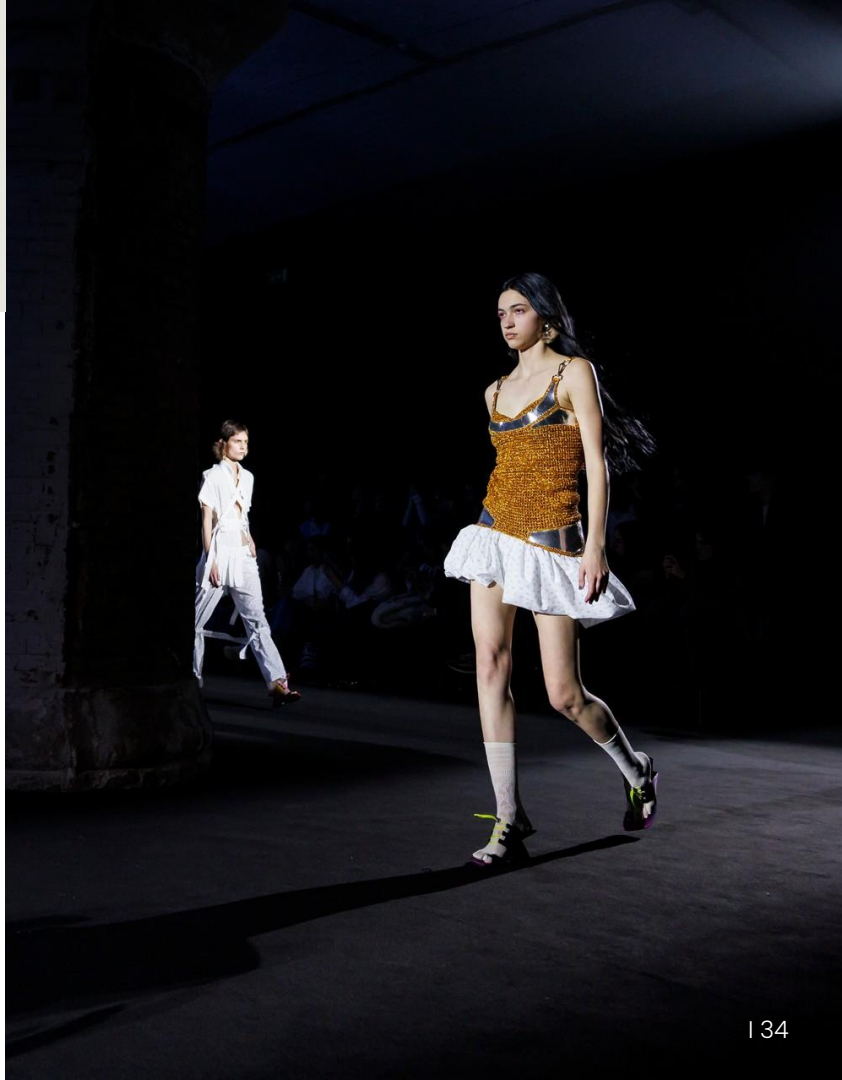
Amb aquesta finalitat, es duran a terme les activitats següents:

Talks – 12:00 h Open Area

- 15/10 → **Hune x Cherry Masia**
- 16/10 → **1 Concept**
- 17/10 → **Ugo Boulard**

Workshops – 18:00 h

- 14/10 → **Tania Marcial**
- 15/10 → **Pepo Moreno**
- 16/10 → **Jane Bardot**
- 17 /10 → **Rubearth**



080_BEYONDCRAFTS

LA BARRETERIA

Amb motiu de la celebració de 080 Barcelona Fashion, **Artesania de Catalunya impulsa per primera vegada la iniciativa 080 BEYOND CRAFTS**, un espai de reflexió on comprendre els processos de creació de l'artesanía contemporània, subratllant el seu paper rellevant i essencial al món de la moda i la cultura. Així, es vol mostrar i visibilitzar el teixit d'artesans i artesanes que donen forma i modelen avui l'artesanía tal com la coneixem.

Des dels orígens, l'artesanía ha estat un motor i alhora un catalitzador al món de la moda. Artesans i artesanes han sabut dominar tècniques que s'expandeixen, es fonen i connecten amb d'altres llenguatges artístics. L'objectiu de la iniciativa 080 BEYOND CRAFTS és generar un debat sobre aquest procés creatiu en clau contemporània.

A l'inici, els objectes artesans neixen de la immaterialitat d'una idea. Són fruit d'una recerca de la forma, del gest i dels elements que defineixen la creació i la transformen en cultura. La cultura, però, no es pot entendre sense context, sense la mirada generacional ni sense la intersecció entre disciplines artístiques.

L'eix central del 080 BEYOND CRAFTS és la trobada. Es vol generar un espai on els artesans i artesanes que repensen l'ofici i defineixen el moment present a Catalunya, confrontin i comparteixin idees i propostes. Projectes que sovint desborden els límits establerts, esborren fronteres i ens obliguen, com a públic aliè a la mirada interna de l'ofici, a formular-nos noves preguntes i a reconsiderar-ne les respostes. La mostra esdevé així una taula rodona en què conflueixen processos creatius i reflexions sobre el context actual, i en què es despleguen perspectives diverses de l'artesanía actual.



080_BEYONDCRAFTS LÀ BARRETERIA

Per a la creació i conceptualització d'aquesta trobada es va demanar a cadascun d'aquests artesans i artesanes que definís el gest més significatiu del seu procés creatiu. A partir de les seves respostes s'han dissenyat deu obres visuals que acompanyen cada peça, així com aquest espai expositiu i immersiu. Les formes, els moviments i les textures varien segons la mirada de cada creador o creadora, convertint cada proposta en una obra singular dins del conjunt.

Per primer cop es fa visible un teixit comú que uneix aquests creadors i creadores que eleven la cultura i el pensament a través de les seves obres. Reunir-los en un mateix espai ens permet entendre el veritable valor d'allò que està passant avui al món de l'artesanía i de la cultura.

La primera edició del 080 BEYOND CRAFTS posarà el focus en l'ofici de la barretería, exhibint un conjunt de peces d'artesans i artesanes que redefineixen la manera d'entendre aquest ofici. Tant a través de la tècnica com del concepte de les peces, la mostra vol definir com s'expressa avui la barretería en el nostre context, plantejant preguntes i oferint respostes a les inquietuds culturals del nostre temps.

ARTESANS 080_BEYONDCRAFTS:

- SWAN SALON
- Javier Guijarro
- Magdalena Hart
- Andrea Vièntèc
- Ana Vivero
- Sara Huguet
- Nico Alonso
- Espiritu Club

Quan: Del 14 al 17 d'octubre a l'Open Area de 080 Barcelona Fashion..

TEXMEETING BY TEXFOR 2025

TexMeeting és la conferència anual del sector tèxtil que reuneix empreses, experts i institucions per debatre reptes, tendències, innovació i estratègies de futur del tèxtil. La primera edició va tenir lloc el 9 de juliol de 2013, amb l'objectiu de servir de fòrum de discussió per cercar solucions als diferents aspectes del sector tèxtil i de generar un marc per ampliar la xarxa professional dels participants.

Valor en cadena. Col·laborar per competir

La indústria tèxtil té davant seu una gran oportunitat: transformar-se, enfortir-se i projectar-se cap al futur a través de la col·laboració. En un context global en constant canvi —amb noves tendències de consum, avenços tecnològics, exigències normatives i una competència cada vegada més àmplia—, el sector està cridat a activar tot el seu potencial col·lectiu.

Indústria tèxtil, confeccionistes, marques i institucions comparteixen un objectiu comú: garantir la continuïtat, la competitivitat i la capacitat d'adaptació del conjunt del sector. I això només és possible si ens entenem com el que som: un ecosistema interdependent, on cada agent té un paper fonamental en la creació de valor.

Col·laborar ja no és només una estratègia; és una necessitat per créixer, innovar i afrontar reptes compartits amb intel·ligència col·lectiva. Des de la sostenibilitat fins a la digitalització, passant per la capacitat de resposta davant nous models de negoci o l'accés a mercats específics, el que marca la diferència és la connexió efectiva entre tots els actors del sector.

Amb aquesta voluntat, el TexMeeting 2025 es presenta com un espai per inspirar, connectar i construir aliances de futur. Una trobada que convida a mirar endavant, amb realisme però també amb confiança en les capacitats del sector.

En aquesta ocasió, el programa de la conferència anual de Texfor inclou dues taules de debat complementàries, que aborden els principals reptes i oportunitats de col·laboració dins del sector:

TAULA 1 · Moda i indústria: aliança imprescindible

Un espai per reflexionar sobre com marques i empreses industrials poden alinear-se millor, compartir objectius i construir relacions més estables i compromeses.

El debat inclourà la participació de diferents agents del sector moda, que exploraran la necessitat de col·laborar des de la fase del disseny fins a la producció, en un ecosistema de preus ajustats i exigències creixents.

TAULA 2 · Quan el tèxtil és solució: aliances per liderar sectors clau

Una mirada a les oportunitats de col·laboració per accedir a nous mercats, impulsar la innovació i guanyar capacitat de resposta en entorns estratègics com els concursos públics o els sectors d'alt valor afegit. El debat inclourà l'experiència d'empreses industrials de producte tèxtil final, fabricants d'equips de protecció i representants institucionals.

Formulari d'inscripció pel TexMeeting 2025: <https://shorturl.at/b7PXM>

Quan: Dijous 16 d'octubre a les 11:00 h al Recinte Modernista de Sant Pau.

SUSTAINABLE CHALLENGE 2025

COLLECTIVE MENDING

MODA-FAD presenta la **setena edició del Sustainable Challenge**, el gran repte que cada any es llança als estudiants de moda per crear projectes sostenibles.

Es tracta d'una iniciativa que vol replantejar el futur del sector de la moda des del punt de vista de la sostenibilitat, però sempre posant el focus en una temàtica concreta. Enguany, amb el títol «Sustainable Challenge 2025: Collective Mending» i en el context d'una marató de creació, 30 estudiants d'escoles d'arreu d'Europa acceptaran el repte de treballar junts per explorar les possibilitats creatives de reparar, arreglar i apedaçar peces de roba descartades, creant-ne de noves, amb tècniques diverses.

Quan: Divendres 17 d'octubre a les 13:30 h a l'Open Area de 080 Barcelona Fashion (Recinte Modernista de Sant Pau).



BARCELONA FASHION FORWARD

Barcelona Fashion Forward (BFF) és el programa d'emprenedoria de moda de l'**Ajuntament de Barcelona**, promogut per l'**Institut de Cultura de Barcelona** a través del **Disseny Hub Barcelona** (DHub) i la col·laboració de **Barcelona Activa**.

El programa impulsa i acompanya dissenyadores i marques de moda emergents, i té com a missió optimitzar i accelerar la seva professionalització a través de sessions formatives, acompanyament personalitzat i un pla de serveis.

"Barcelona Fashion Forward. La Pop Up" és l'espai on es presenten les quatre empreses guanyadores de la 6a edició del programa.

Quan: Del 22 d'octubre al 22 de novembre a l'espai Trent (Carrer Lluís Pladós, 5, Ciutat Vella 08003).

Dins del programa OFF de 080 Barcelona Fashion es presentarà el projecte, se celebrarà un esmorzar de premsa el dimecres 15 d'octubre a les 10:30 h a l'espai Trent. Es necessita confirmació a mariona.balasch@equiposingular.com



080 BARCELONA FASHION WEEK

AMB EL SUPORT DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA

L'Ajuntament de Barcelona impulsa la moda catalana al màxim nivell global mitjançant la seva col·laboració amb la 080 Barcelona Fashion. Aquesta aliança estratègica vol consolidar Barcelona com a capital internacional de la moda, destacant la sostenibilitat, la innovació i la creativitat. El projecte s'integra dins el Pla Estratègic de la Moda 2025-2030 per reforçar l'ecosistema del sector tèxtil. Amb aquest pas, el consistori reafirma el seu compromís amb el talent local i la projecció internacional de la ciutat.



080
BARCELONA
FASHION WEEK

PATROCINADORS I COL-LABORADORS

Ens acompanyen en aquest camí i ens ajuden
a fer possible la **36a edició 080 Barcelona Fashion**
les següents marques patrocinadores i
col·laboradores.

PATROCINADORS

MAC COSMETICS

(Patrocinador oficial de maquillatge)

WELLA

(Patrocinador oficial de perruqueria)

ME BARCELONA

(Hotel oficial)

PATROCINADORS



MAC COSMETICS

MAC Cosmetics, la marca de maquillatge oficial de 080 Barcelona Fashion, sempre present a les desfilades nacionals i internacionals, torna un any més recolzant el talent en el món de la moda, aportant les últimes tendències i looks impecables. MAC celebra la diversitat i la individualitat respectant totes les races, totes les edats i tots els gèneres.

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



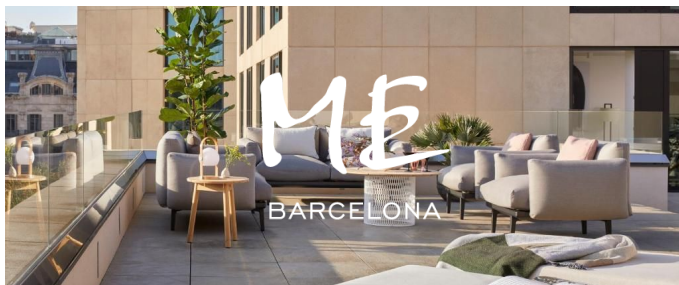
WELLA COMPANY

Wella Company és una de les multinacionals líder en el sector de la bellesa amb marques icòniques reconegudes com Wella Professionals, GHD, OPI, Sebastian Professional, Nioxin, System Professional o Clairol, amb més de 6.000 empleats en el món i presència en 100 països.

Com a innovadors en la indústria del cabell i la cura de les ungles, Wella Company empodera el talent per a satisfer als consumidors, permetre'ls ser, veure i sentir la seva pròpia personalitat, per a inspirar als professionals de la bellesa i aportar un creixement sostenible en la seva cadena de valor.

<https://www.wella.com/professional/es-ES/home> / [@wellaproes](#)

PATROCINADORS



ME BARCELONA

Ubicat a ple cor de la ciutat, ME Barcelona representa l'essència del luxe contemporani: un espai on l'art, el disseny i la música es fusionen per crear una experiència única. Amb un disseny arquitectònic avantguardista i un interiorisme que fa homenatge al talent local i internacional, l'hotel es posiciona com un referent a l'escena cultural de la ciutat.

Cada racó ha sigut concebut per inspirar, des de les seves habitacions exclusives fins als seus espais oberts, dissenyats per connectar amb l'energia de Barcelona. En la seva aposta per la creativitat i l'expressió artística, ME Barcelona reforça el seu vincle amb la moda a través del seu patrocini de 080 Barcelona Fashion, consolidant-se com a punt de trobada per el talent emergent i les firmes més innovadores del sector.

<https://www.melia.com/es/hoteles/espana/barcelona/me-barcelona/>
[@mebarcelonahotel](https://www.instagram.com/mebarcelonahotel)

Pendiente

COL-LABORADORS

LA ROCA VILLAGE

(col·laborador oficial destí de moda)

SOUL WATER

(col·laborador oficial d'aigua)

GIRBAU LAB

(col·labor oficial de bugaderia)

ROWENTA

(col·laborador oficial de planxat i higienització)

MIRÓ

(col·laborador oficial de vermouth)

THUYA PROFESSIONAL LINE

(col·laborador oficial de manicura)

COINTREAU

(col·laborador oficial licor)

AGÈNCIA DE RESIDUS DE CATALUNYA

(col·laborador oficial de residus)

VIÑEDOS SINGULARES

(col·laborador oficial de vins)

LA DAMA

(restaurant col·laborador oficial)

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.

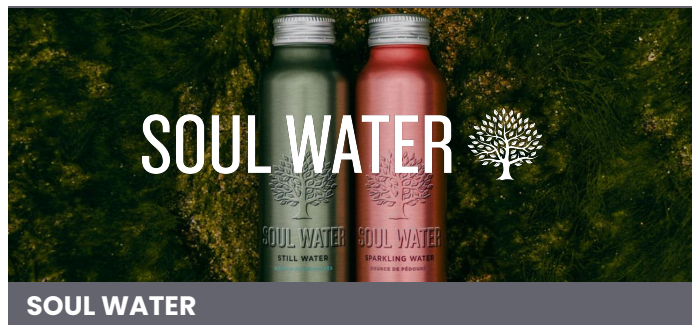
<https://www.thebicestercollection.com/la-roca-village/ca/> / [@larocavillage](https://www.instagram.com/larocavillage)



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

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

COL-LABORADORS



Soul Water és una marca que redefineix el consum d'aigua a través d'un enfocament conscient, elegant i sostenible. Ofereix aigua mineral natural en envasos d'alumini 100% reciclables amb un disseny impactant, on l'Arbre de la Vida simbolitza la profunda connexió de la marca amb la natura i els seus valors fonamentals. Disponible en dos formats (330 ml i 500 ml), tant sense gas com amb gas, Soul Water combina estètica amb producció local per garantir frescor i, al mateix temps, minimitzar la seva petjada de carboni. Amb distribució en hostaleria i esdeveniments, la marca atrau consumidors moderns i cosmopolites que busquen experiències premium amb propòsit. Més que un simple producte, Soul Water inspira un moviment que dóna suport a iniciatives mediambientals i socials, posicionant-se com un veritable icona d'estil i sostenibilitat.

<https://soul-water.com/?fbclid=> / [@soulwater.official](#)



Des dels seus orígens al 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



GIRBAU Lab

Girbau LAB és l'espai d'innovació col·laborativa de Girbau, empresa referent en solucions per a la bugaderia industrial i el tractament tèxtil. Girbau LAB identifica els entorns més rellevants i innovadors del món per reunir, crear i desenvolupar conjuntament les iniciatives, idees, solucions i tecnologies que poden contribuir a transformar la indústria, aportant valor al conjunt de la societat.

Des dels seus inicis, Girbau LAB ha col·laborat amb 080 Reborn per impulsar la circularitat tèxtil, promoure un canvi de cultura sobre com consumim els recursos, i posar en valor el seu rol en el tractament dels tèxtils per tal d'allargar-ne la seva vida i usabilitat.

<https://girbaulab.com/es/>
<https://www.instagram.com/girbaulab/>



Agència de Residus de Catalunya

L'ARC és una entitat pública que té competència sobre els residus que es generen i gestionen a Catalunya. Amb la finalitat de millorar la qualitat de vida dels ciutadans de Catalunya i protegir el medi ambient, l'ARC promou la prevenció, la recollida selectiva i la valorització dels residus. La reutilització de qualsevol objecte evita que aquest es converteixi en residu, a la vegada que alenteix la fabricació de nous productes. Dins de la circularitat del tèxtil, l'ARC potencia l'ús de roba de segona mà.

Pacte per a la Moda Circular:

Signat al maig de 2022, el Pacte és un compromís voluntari entre institucions i empreses de les diferents baules de la cadena de valor tèxtil de Catalunya que facilita la incorporació de mesures de circularitat, l'impuls de projectes col·laboratius i la millora de la competitivitat del sector.

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

COL·LABORADORS



ROWENTA

En els certàmens de moda més prestigiosos del país, els professionals del sector exigeixen la perfecció en cada detall. Estil, tecnologia, experiència i moda s'uneixen en les desfilades dels principals creadors a través de Rowenta com Planxat Oficial per a cuidar de les peces de tots els dissenyadors i aconseguir uns looks impecables. Les solucions de planxat, amb la seva precisió i eficàcia, són la clau per a garantir que cada peça, des de la vestimenta més elaborada fins als detalls més subtils, llueixin de manera impecable en la passarella.

<https://www.rowenta.es/> / [@rowenta_es](https://www.instagram.com/rowenta_es)



VIÑEDOS SINGULARES

Viñedos Singulares selecciona vins de qualitat entre les diferents denominacions d'origen mitjançant un projecte que presenta i difon la varietat i la riquesa vinícola autòctona

<https://www.vinedossingulares.com/> / [@vinedos_singulares](https://www.instagram.com/vinedos_singulares)

COL-LABORADORS

PENDENT

MIRÓ

xxx

xx / xxx

COL·LABORADORS



LA DAMA

La Dama és reconeguda per ser un dels restaurants més emblemàtics de Barcelona. Es troba dins de la icònica Casa Sayrach, un símbol històric del famós estil arquitectònic de l'era de Gaudí, sinònim de la cultura de Barcelona. Fundat originalment el 1984, La Dama sempre ha acollit a la clientela més exigent de la ciutat. Sovint anomenat "Apartament Secret", aquest exclusiu espai social ha renaixut com un elegant restaurant amb grans però acollidors salons, seductors miralls, paper floral pintat i tons de vellut.

El captivador ambient de La Dama, la seva cuina mediterrània i els seus innovadors còctels garanteixen impressionar. La cocteleria dins de La Dama enlluerna a primera vista i és reconeguda per crear còctels únics que combinen bases clàssiques amb interpretacions contemporànies. Tant per abans com per a després del sopar, les begudes es gaudeixen en un entorn captivador, amb DJ tots els caps de setmana.

<https://www.la-dama.com/> // [@theladama](https://www.instagram.com/theladama)

Pendent de confirmar

14 - 17/10
2025



Generalitat
de Catalunya

El Govern de
tot hom

36TH
EDITION

080 BARCELONA FASHION WEEK

PATROCINADORS:



M·A·C

ME
BARCELONA