

Balance en cifras de la 080 Barcelona Fashion

Unas horas después de la clausura de la 19 edición de la 080 Barcelona Fashion, llega el balance en cifras. En los cinco días, 24.800 personas han pasado por el Teatre Nacional de Catalunya. El 25% de los medios de comunicación, incluidos los *influencers*, que se han hecho eco de la pasarela catalana han sido internacionales, del Reino Unido, Francia, Italia, Alemania, México, Argentina y Colombia, principalmente. Algo parecido ha ocurrido con los compradores, al margen de los invitados por las firmas. Se han acreditado un centenar, siendo el 20% internacionales, de Francia, Bélgica, Japón, China, Rusia, Corea, Estados Unidos, o el Reino Unido. La mayoría de ellos estuvieron en la 3.ª edición de la 080 Barcelona Fashion Showroom, que se realiza en colaboración con el Clúster Catalán de la Moda (MODACC) y ha finalizado con algo más de 250 interacciones comerciales. Algunas de las veinte marcas participantes viajarán en marzo a México en una misión impulsada por la Generalitat para dar a conocer la 080.

La web oficial ha registrado 41.000 visitas. En Facebook ha sido seguida por 87.911 usuarios (2% más que en la edición anterior). En Twitter, por 25.400 seguidores (2,8% más que la 18). Y en Instagram, 39.200 seguidores (que supone un aumento del 22,8%). Y también aumenta en número de los sponsors oficiales, además de Moritz, vinculada con la cultura y la moda, este año ha participado la web de decoración Westwing.es, que ha vestido diferentes espacios de la 080. / **I. Clarós**