



LifeWear

## UNIQLO i MACBA s'uneixen per obrir l'art contemporani a la ciutat de Barcelona

- Portes obertes al MACBA, tots els dissabtes tarda, gràcies a UNIQLO.
- Mitjançant l'acord, cada dissabte, a més d'entrada gratuïta a les exposicions, el MACBA acollirà una programació de distintes disciplines artístiques, amb un esdeveniment destacat el darrer dissabte de cada mes.

**23 de març, 2018 Barcelona** – La marca japonesa UNIQLO i el Museu d'Art Contemporani de Barcelona, MACBA, han anunciat avui la signatura d'un acord de col·laboració que permetrà al museu obrir gratuïtament les seves portes al públic cada dissabte a la tarda, de 16h a 20h. La col·laboració proporcionarà el lliure accés als visitants tant a les exposicions temporals com a totes les activitats que es duen a terme en aquest horari. Aquest acord s'emmarca en una de les línies de treball prioritàries per al MACBA, afavorir l'accessibilitat del seu programa a unes audiències àmplies i diverses i, especialment, facilitar l'entrada al museu al públic local.

Dins el marc de l'acord, la companyia nipona i el museu també oferiran als assistents una experiència diferencial cada dissabte mitjançant l'impuls del programa "Parlem de", una sèrie de col·loquis i xerrades inèdites per a la divulgació de l'art i la cultura. El primer d'aquests esdeveniments tindrà lloc el dissabte 24 de març amb la interpretació de l'obra de l'artista nord-americana Rosemarie Castoro per part del ballarí i coreògraf Carmelo Salazar. La roda de premsa de presentació de l'acord ha comptat amb un petit avanç d'aquesta actuació, íntimament connectada amb la retrospectiva *Rosemarie Castoro. Enfocar a l'infinit*, exposada al museu fins al 15 d'abril.

El darrer dissabte de cada mes, addicionalment, UNIQLO i MACBA organitzaran també propostes artístiques innovadores en diferents formats (tallers familiars, concerts, performances, dansa, etc.) i dirigits a públics diversos. El primer d'aquests esdeveniments tindrà lloc el dissabte 28 d'abril amb el concert de música experimental del polifacètic artista britànic Luke Fowler, seleccionat per al prestigiós Premi Turner 2012. Més endavant, el 26 de maig, el museu acollirà l'actuació de la banda de pop mallorquina Papa Topo.

Dins dels cicles "Parlem de" UNIQLO i MACBA oferiran una variada programació artística entre la qual destaquen ponències i col·loquis amb artistes com Francesc Torres, Domènec o Oscar Masotta com a protagonistes.

## Connexió local amb la ciutat de Barcelona i accessibilitat a la cultura

Sobre la col·laboració, Kohsuke 'Koh' Kobayashi, Director d'Operacions d'UNIQLO Espanya, ha assenyalat: "estem orgullosos de presentar aquest acord amb un museu de la talla del MACBA perquè UNIQLO és una marca estretament compromesa la vida local la ciutat de Barcelona. Amb aquesta col·laboració, UNIQLO espera democratitzar l'art facilitant a quanta més gent possible l'accés a l'art".

Per la seva banda, Shu Hung, Fast Retailing Global Creative Director, LifeWear, ha destacat: "la roba de UNIQLO està feta per a tothom. De la mateixa manera, creiem que l'art és un bé social que ha d'estar a disposició de la societat. Per això, i igual que impulsem la democratització de les peces de qualitat, participem activament amb les institucions més rellevants de les diferents ciutats en què operem per apropar l'art a les persones".

Mitjançant aquest acord, la marca tindrà l'oportunitat d'interactuar d'una manera més propera amb els veïns de la ciutat de Barcelona, facilitant el seu accés a l'art contemporani, cosa que la companyia ja ha fomentat anteriorment amb la seva col·laboració amb museus i institucions de gran referència a nivell mundial com el MoMA (Museum of Modern Arts) de Nova York o la galeria Tate Modern de Londres.

## Connexió amb nous públics i audiències

Per al MACBA es tracta d'una oportunitat de connectar amb nous públics i audiències. "La col·laboració públic-privada forma part de l'essència del MACBA. Un model de gestió innovador en el món de l'art, que permet al museu dur a terme projectes ambiciosos, com aquest, la finalitat del qual és apropar l'art contemporani a públics més amplis", afirma Ainhoa Grandes, presidenta de la Fundació MACBA.

Així mateix, Ferran Barenblit, director del MACBA defineix "la cultura com un bé de primera necessitat. Més enllà de la nostra vocació internacional, la nostra prioritat són els usuaris de proximitat, ells són els veritables ambaixadors del nostre projecte. Volem construir amb ells, per a ells".

A més de la retrospectiva de Rosemarie Castoro el MACBA exposa actualment *Col·lecció MACBA. Sota la superfície*, una selecció dels seus fons que inclou obres icòniques; una instal·lació multimèdia de l'artista Francesc Torres i l'exposició col·lectiva *Oscar Masotta. La teoria com a acció*, que s'acaba d'inaugurar. Com a properes novetats, el MACBA obrirà una monogràfica dedicada a l'artista Domènec i la més àmplia exposició institucional que s'ha organitzat mai a Europa del treball de Melanie Smith, artista resident a Mèxic, país que va representar a la 54 Biennial de Venècia. Una nova posada en escena de la Col·lecció, així com les mostres de Raqs Media Collective i Jaume Plensa, clouran l'any 2018.

#####

### Sobre UNIQLO LifeWear

Peces que neixen dels valors japonesos de simplicitat, qualitat i longevitat. Dissenyat per formar part del present i perdurar en el temps. LifeWear ha estat creat amb una elegància actual, amb l'objectiu de formar part de l'estil individual de cada persona. Una camisa perfecta que ha estat creada per a ser encara més perfecta. El disseny més senzill que amaga els detalls més elaborats i actuals. Els millors talls i teixits pensats per ser accessibles per a tothom. LifeWear són peces constantment millorades, més càlides, més lleugeres i millor dissenyades que aporten una major comoditat en el dia a dia de cada persona.

### Sobre UNIQLO i Fast Retailing

UNIQLO és una marca de Fast Retailing Co., Ltd., holding empresarial de retail japonès líder mundial que dissenya, produeix i comercialitza peces tèxtils sota set marques principals: Comptoir des Cottonniers, GU, Helmut Lang, J Brand, Princesse tam.tam, Theory i UNIQLO. Amb xifres de vendes mundials d'aproximadament 1,8619 bilions de iens en l'exercici fiscal de 2017, finalitzat a data de 31 d'agost de 2017 (\$16.870 milions, calculat en base al canvi del ien a data de finals d'agost de 2017, canvi de \$1 = 110.4 iens), Fast Retailing es una de las empreses tèxtils més potents a nivell mundial, i UNIQLO es la

marca estrella del retailer líder japonès.

UNIQLO continua obrint punts de venda a gran escala en algunes de les ciutats i ubicacions més destacades del món, com a part dels seus esforços constants per consolidar el seu estatus com autèntica marca internacional. Actualment la companyia compta amb més de 1.900 botigues a 19 països en tot el món incloent el Japó, Alemanya, Austràlia, Bèlgica, Canadà, Xina, Corea del Sud, Espanya, Estats Units, Filipines, França, Hong Kong, Indonèsia, Malàsia, Regne Unit, Rússia, Singapur, Tailàndia i Taiwan. A banda, Grameen UNIQLO, empresa social creada a Bangladesh el setembre de 2010, actualment té presència a diferents botigues Grameen UNIQLO a Dacca. UNIQLO dirigeix un model de negoci integrat sota el qual dissenya, produeix i comercialitza peces tèxtils casuals i de gran qualitat. La companyia creu que la roba ha de ser completament còmoda, presentar un disseny universal, una gran qualitat i oferir un tall excel·lent per a que tothom pugui vestir-la.

Amb una declaració corporativa compromesa amb canviar la roba, canviar el judici convencional i canviar el món, Fast Retailing es dedica a crear grans peces amb un valor nou i únic per enriquir la vida de les persones a tot el món. Per a més informació sobre UNIQLO y Fast Retailing, pot visitar [www.uniqlo.com](http://www.uniqlo.com) y [www.fastretailing.com](http://www.fastretailing.com).