



O.J.D.: 262836
E.G.M.: 730000

ABC

FUNDADA EN 1903 POR DON TROFIMATO LEGA DE TENA

Fecha: 05/07/2009
Sección: ECONOMIA
Páginas: 41

Barcelona desafía la crisis y abre un nuevo zoco de moda para los «vips» del sector

The Brandery arrancará el martes con 113 marcas de primera fila en estilo urbano y la previsión de atraer a los mil compradores más influyentes

A. SORIANO

BARCELONA. En lugar de amedrentarse por la crisis, Barcelona se lanza a la conquista del mercado de la moda con un nuevo salón que aspira a convertir a la capital catalana en el epicentro de la ropa urbana europea.

The Brandery, el nuevo certamen impulsado por Fira de Barcelona y el Ayuntamiento de la ciudad, arrancará el próximo martes en el recinto ferial de Montjuïc con más de un centenar de potentes marcas de moda internacionales posicionadas en el segmento del «street wear» y la previsión de atraer a un millar de los compradores internacionales con más peso y potencial de compra.

El salón, que cuenta con el respaldo del Ayuntamiento de Barcelona —ha invertido dos millones de euros en el evento— y la complicidad de enseñanzas líderes en el mercado como Custo Barcelona, Pepe Jeans, Lacoste o Reebok, aspira a convertirse a medio plazo en uno de los referentes europeos de este sector dentro de la moda, uno de los que tiene mayor potencial de crecimiento. El nuevo evento de Fira toma el relevo a la feria alemana Bread&Butter (B&B), que en 2005 descubrió el potencial de Barcelona en este mercado y que ha retornado a su ciudad natal, Berlín.

En su primera cita, The

Brandery calibrará su capacidad de atracción internacional. Se estrena con 113 expositores, el 45% de ellos extranjeros, y la previsión de llegar a los 10.000 visitantes.

Diseñada contrarreloj La feria se ha diseñado en cuatro meses y en un escenario económico poco propicio. Por este motivo, sus organizadores se sienten especialmente satisfechos con el poder de convocatoria alcanzado.

«Hace pocos meses se hizo una apuesta atrevida para no perder el posicionamiento de Barcelona y de Fira en un mundo tan competitivo como el de la moda», indicó el director general de la feria catalana, Agustín Cordon, quien subrayó que «los resultados avalan el acierto de aquella decisión y el esfuerzo realizado para seguir estando en el calendario internacional de la moda». A juicio de Cordon, diseñar un evento de estas características en menos de cuatro meses «es un atrevimiento en contra de la crisis y a favor de

Empresarios y gurús del mundo de la moda de todo el mundo se darán cita esta semana en Barcelona



El recinto ferial de Montjuïc acogerá el nuevo salón de moda proyectado por la Fira

las marcas y una ocasión que no se podía perder». Explicó que se han realizado más de 450 entrevistas con expositores y más de 200 con compradores internacionales.

Próxima edición, en enero

Avanzó también que se espera la visita de entre 8.000 y 10.000 profesionales, entre los que están algunos de los principales compradores de

Europa, como las Galerías Lafayette de París o el Corte Inglés. Otro de los aspectos a tener en cuenta es, según el responsable de Fira de Barcelona, que «este año está siendo muy duro para las marcas y que muchas que en esta primera edición no estarán sí lo estarán en la segunda, que será en enero de 2010».

The Brandery se estructurará en cuatro grandes áreas.

La primera, The Cathedral, acogerá las marcas de moda cuyo nombre responde a su diseñador, mientras que The Loft, donde la figura del diseñador que firma la colección puede o no existir, presentará colecciones lejanas al «prêt à porter». También se podrá encontrar el espacio The Warehouse, para marcas que tienen como elemento común el Denim, y The Outerspace, que cuenta con tres apartados, Sneaker Show-Basmatics, que se centrará en el mundo de las zapatillas, Week After, para las marcas de nueva generación, y Street, para las mejores marcas de la cultura urbana actual.

Barómetro internacional de tendencias

Además de aspirar a ser un importante foco de negocio para la ciudad, The Brandery nace también con la vocación de convertirse en un indicador de tendencias. «Es importante ser un referente en este tipo de moda por varios motivos. Uno de ellos es porque mantener el poder de atracción internacional se traduce en prestigio para la ciudad y también en negocio», apuntaron fuentes próximas a la organización. Para mirar a sus visitantes, The Brandery ha puesto en marcha una campaña

que incluye el plan Hosted Buyers, que consiste en poner a disposición de los expositores habitaciones gratuitas para sus clientes en diferentes hoteles de la ciudad, con los que se ha pactado unos precios especiales.

Diversos actos en la ciudad

Con la intención de arropar el evento, el Ayuntamiento de Barcelona ha proyectado una serie de actos que tendrán como escenario las calles de la capital catalana y los edificios más emblemáti-

cos de la ciudad. Bajo la denominación de «The City» habrá exposiciones de fotos por las calles, pintada de grafitis dedicados a la interpretación de cada artista participante en «The Brandery», así como diversas fiestas en locales y hoteles de la ciudad. La feria se inaugurará mañana por la noche con la «Welcome Party», un espectáculo de luz y agua que tendrá lugar en las fuentes de Montjuïc con música a cargo de Chicks on speed y diferentes «disc jockeys». El fin de fiesta correrá a cargo de un desfile-fiesta del diseñador barcelonés Custodio Dalmau.