



FERIAS PÁG. 5

El Brandery arranca con estética cuidada

El 45% de las marcas
del salón de moda
urbana son extranjeras

FERIAS



El salón de moda The Brandery abrió ayer sus puertas con una sorprendente puesta en escena

El salón de la moda urbana cuida los detalles

The Brandery se inauguró ayer con una estética muy pensada, muchas sonrisas, ambiente chillout y todo tipo de comodidades para hacer negocios

RAÚL MONTILLA
Barcelona

Dos azafatas, sin prendas de vestir de cuero, dan la bienvenida a los visitantes que han pasado un primer filtro de control con una sonrisa, y les entregan unas botellas de agua con el logo de The Brandery. Suena música de fondo –suena, no es ruido– en un primer espacio de grandes contenedores blancos, con parasoles del mismo color. Con sillones, sofás, chiringuitos de comida rápida y lenta. En el mercado de fruta, que hay justo al lado, o en la tienda de *merchandising* de la misma feria. Es el espacio que queda delante del palacio 7 en donde se concentran las marcas. Es sólo el principio.

Barcelona comenzó ayer su apuesta personal por la moda urbana, por plantar cara al Bread & Butter (B&B) con un sus-

tituto nacido para competir con él, The Brandery. Un salón que todavía ha de crecer para llegar al salón alemán que, eso sí, ha perdido 300 marcas con su regreso a Berlín. Ayer fue el debut de una de las ferias de la historia de Fira de Barcelona organizada en menos tiempo. Ayer se pudo conocer el resultado: un Bread&Butter a la catalana. Es decir, con menos cuero, pero con más sonrisas y un ambiente más chillout y nada frío. De cuidados detalles –hasta los espejos del lavabo están decorados–. Y con todo tipo de comodidades para hacer negocios.

“Han sido tres meses de mucho trabajo. Hemos trabajado mucho desde Fira de Barcelona, mucha gente de fuera de Fira pero que ha creído en este salón”, comentaba ayer el director del certamen, Pere Camprubí.

Aún así, casi irremediamente, la es-

Aunque el 45% de las marcas son extranjeras, las 62 españolas y catalanas se hacían notar

tética de The Brandery, aunque más cuidada, recordaba al B&B. La mayoría de los expositores seguían optando por estands cerrados, flanqueados por porteros que limitaban el acceso a su interior. A sus cuatro paredes, suficientemente altas, para evitar que las nuevas colecciones sufrieran miradas indiscretas. Estands muy cuidados.

Aunque una de las diferencias era que la estética del salón, como ocurría –y ocurre– con el salón alemán, no acaba en los proyectados por cada uno de los expositores. El resto del palacio, las zonas comunes, las paredes, los techos... Todo formaba parte de una común puesta en escena. Con la música, con la presencia de dj, bajo la misma dirección musical de Sónar.

O con el juego de luces y el diseño de interiorismo del propio salón, a cargo del cuál se encuentra Jay Arcos, director artístico de los desfiles de Amaya Arzuaga, que ha trabajado con firmas como Chanel, Vera Wangs o John Varvatos.

Un salón que sorprendía a quienes proseguían su camino, dejando atrás la zona chillout y penetraban en el palacio 6, y se encontraban, en un primer plano, el gran espacio de Custo Barcelona. Y es que, aunque el 45% de las marcas presentes son extranjeras, las 62 españolas y catalanas se hacían notar –ya fueran, también, por ejemplo, Desigual, Armand Basí o Sita Murt–, por ahora, grandes valedoras del certamen y que se espera que actúen como gancho para hacer crecer al salón. De hecho, The Brandery, recordaron ayer fuentes de Fira de Barcelona, quiere ser un traje a medida para el sector.

“No hay tanta gente como había en el Bread & Butter. Eso está claro... Había gente desde el primer día, aquí está comenzando a llegar ahora”, comentaba Maria Vinuesa, procedente de A Coruña. “Pero hoy es el primer día de un nuevo salón”, añadía. Y es que esa era la sensación, The Brandery no es el B&B, y no cuenta con su trayectoria. Por ahora son difícilmente comparables y si hay sitio para los dos en Europa y cuál de ellos es el que ha de convertirse en líder es algo que se verá en las próximas ediciones.●

A favor de la Fundación de Vicente Ferrer

■ Ayer comenzó The Brandery y comenzarán también los actos que se desarrollarán en diversos puntos de la ciudad. En el Portal de l'Angel ya están expuestos los primeros cubos pintados por Kram, Pep Sebastià, Eledu y Eldone, cuatro reconocidos artistas del grafiti. También se puede visitar en la Rambla la exposición de fotos hechas por la revista *Yo Dona*; y en el Borne se muestran las portadas de importantes revistas de tendencias. La presencia de la feria será constante en la ciudad, también

durante la noche, tanto en locales de ocio como en fiestas privadas organizadas por las propias marcas participantes. Pero también ha querido dejar su huella solidaria. Durante la celebración de la feria ayer, diferentes artistas pintaron seis nuevos cubos, que han quedado expuestos en el pabellón Mies van der Rohe hasta finalizar el próximo jueves, The Brandery. Entonces se pondrán a subasta. Todos los beneficios que se obtengan se destinarán a la Fundación Vicente Ferrer.

