

Barcelona dicta los cánones de la moda

La Fira de Barcelona crea The Brandery, un certamen ideado para fomentar el negocio entre empresas de diseño textil

MIREIA CORCHÓN *Barcelona*

Está llamada a convertirse en el punto de encuentro de la moda urbana en toda Europa. The Brandery, surgida de la imaginación de la Fira de Barcelona, recoge el testigo de la feria Bread & Butter, que en enero abandonó la capital catalana por Berlín. Huérfana de un certamen de moda de índole internacional, el equipo de la Fira de Barcelona trabajó para crear un nuevo concepto de Fira. Tras cuatro meses de trabajo, la primera edición de The Brandery ha visto esta semana la luz.

La puesta de largo de The Brandery ha contado con el apoyo de firmas como Custo Barcelona, Pepe Jeans, Armand Basi, Desigual, Sita Murt, American Vintage, Lacoste, New Balance, Reebok, y Belstaff, que han optado por presentar aquí las colecciones de la temporada primavera-verano 2010.

El 45% de las 113 marcas expositoras son extranjeras. La Fira de Barcelona ha querido asegurarse que los participantes sacan partido de su presencia y para ello se ha confirmado ya la presencia de los principales grandes compradores europeos, como las Galerías Lafayette de París, Printemps, o El Corte Inglés, según explicó el director general de la Fira, Agustín Cordón.

El espíritu innovador de The Brandery no se limitó a los espacios del recinto de Montjuïc. La organizadores abrieron el evento a la participación ciudadana, para lo que se llevaron a cabo diversas actividades paralelas, como la colocación de cubos de madera en las calles más comerciales para que artistas



La primera edición de The Brandery acogió un total de 113 marcas expositoras.



locales los utilizaran como lienzos. En la primera edición de The Brandery ha jugado un papel relevante el consistorio de Barcelona, que ha aportado cerca de dos millones de euros al evento.

La buena acogida del certamen, que ha recibido cerca de 10.000 visitantes, se ha visto beneficiada por la pérdida de peso que ha sufrido en paralelo su principal competidor, la feria Bread & Butter. Pasó de recibir cerca más de 80.000 visitantes en Barcelona a unos 65.000 en la última edición, que se celebró

a finales de junio en Berlín. Bread & Butter logró movilizar además en su última edición barcelonesa a más de 800 expositores en una superficie de 6.000 metros cuadrados.

Por el momento algunos expositores intentan estar presentes en las dos ferias. Pere Camprubí, responsable de The Brandery, recordó que en esta primera edición, cinco de las 22 marcas españolas que acudieron a la feria de Berlín también han estado presentes en la capital catalana. Además, el 17% de los expositores que han acudido a la capital catalana también estuvo presente en la última edición de Bread & Butter.

El salón también apuesta por discutir sobre los nuevos modelos de negocio. El espacio pensado para el debate, denominado The Laundry, acogió conferencias y jornadas sobre el papel de los cazadores de tendencias o los nuevos formatos comerciales y de distribución.

The Brandery ha recibido cerca de 10.000 profesionales en su primera edición

