

ESPECIAL

Juliol
2014

comerç.cat

Revista de Comerç i serveis, Artesania i Moda de Catalunya

monogràfic

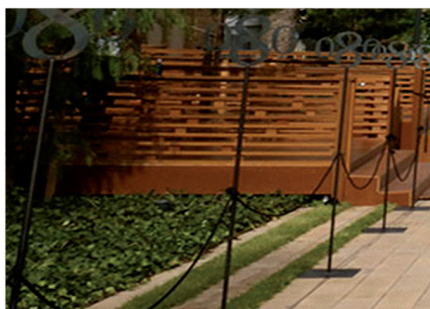
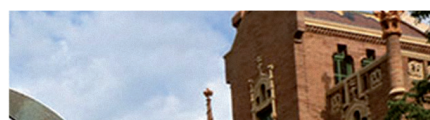


080

BARCELONA
FASHION



SANT PAU I EL BORN CENTRE CULTURAL,
aparadors de la moda i l'artesanía catalanes



1714 / 2014

CCAM
Consorci de Comerç,
Artesania i Moda
de Catalunya

 Generalitat
de Catalunya

Índex

Editorial	3
Crònica: <i>080 Barcelona Fashion</i>	4
Entrevista: <i>Miriam Ponsa, dissenyadora</i>	7
Entrevista: <i>Rafael Medina, d'Scalpers</i>	8
Jornada: "Evolució del retail i reptes de l'empresa catalana"	10
Notícies 080	12
Crònica: <i>Saló The CraftRoom</i>	16
Crònica: <i>Espai FAAOC, Històries Artesanes</i>	19
Entrevista: <i>Roser Capdevila, il·lustradora</i>	22
Lliurament de diplomes de mestre artesà	24
Entrevista: <i>Albert Blancafort, mestre orguener</i>	26
Notícies The CraftRoom	28

Comerç.cat
www.comerç.cat

Edita:
© Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Ocupació
Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM)
C. Provença, 339
08037 Barcelona
Tel. 93 484 99 99
ccam@gencat.cat
www.ccam.cat

Consell de redacció:
Josep Maria Recasens, Montse Gallardo, Miquel Rodríguez, Esther Márquez, Enric Ballber

Coordina:
Unitat de Comunicació i Premsa del CCAM

Realitza:
Fair Play Agència de Comunicació, SL

ISSN: 2014-7376
Dipòsit legal: B.21221-2012

Publicació bimestral

El Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya no participa necessàriament de les opinions manifestades en els articles de les entitats o persones que hi col·laboren.

Barcelona, juliol de 2014



Aquest mes de juliol, el món de la moda i l'artesania catalanes han mostrat les últimes novetats i tendències del sector. Per que fa al 080 Barcelona Fashion, la seva 14a edició ha tingut lloc en el marc incomparable del Recinte Modernista de Sant Pau. Pels pavellons de l'antic hospital han desfilat les col·leccions dels dissenyadors i marques catalanes punteres, així com de les gran marques que ja són un clàssic en la passarel·la del 080: Mango, Desigual, Custo i TNC.

Un cop més, el 080 Barcelona Fashion ha demostrat la seva capacitat de convocatòria, amb més de 600 periodistes d'arreu del món que han cobert les desfilades i activitats paral·leles que s'han dut a terme enguany. El certamen ha comptat amb la presència de personalitats del món de la moda internacional, polítics i empresaris del sector, que veuen com la passarel·la s'ha convertit en un referent que marca tendència a nivell internacional.

Per la seva banda, el també recent inaugurat Born Centre Cultural ha acollit The CraftRoom, dins la Setmana d'Artesania de Catalunya, un aparador perquè els artesans catalans presentin el seus treballs en el que ha esdevingut el saló de referència del sector. La ubicació en una zona turística com el Born de Barcelona ha permès que molts turistes s'apropessin per visitar i comprar en els 108 expositors amb els que comptava la fira. Un èxit de públic que anima al col·lectiu a participar en properes edicions.

L'elecció de llocs emblemàtics de la ciutat de Barcelona per a la celebració d'aquests tipus de certàmens és una aposta del Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya per donar a conèixer el nostre ric patrimoni arquitectònic i cultural, que permet un perfecte maridatge entre la història i les tendències més avant-guardistes.

Gràcies a tots per la vostra col·laboració.



La moda es fa forta a Barcelona

La 14a edició del 080 Barcelona Fashion referma el seu caire més internacional tot apostant per les marques i dissenyadors del nostre país. La presència de personalitats com la dissenyadora britànica Georgina Chapman mostra que la passarel·la, la ciutat i els nostres dissenys estan de moda.

Seguint amb la línia de donar a conèixer Barcelona i la moda catalana en entorns emblemàtics de la ciutat, la darrera edició del 080 Barcelona Fashion, que va tenir lloc del 30 de juny al 4 de juliol, no podia tenir un altre escenari que el recent inaugurat Recinte Modernista de l'Hospital de Sant Pau. Creativitat i innovació, dos conceptes que caracteritzen la moda i la cultura de la capital i que van definir una època daurada per a Barcelona, el Modernisme.

Enguany, el certamen va comptar amb un total de 34 desfilades de dissenyadors punters del nostre país i ja clàssics al 080 com Brain & Beast, Celia Vela, Guillermina Baeza, Josep Abril, Manuel Bolaño, Miriam Ponsa o

Sita Murt, entre d'altres, així com de les nostres marques, tant les conegudes internacionalment com Custo, Desigual, Mango o TCN com les que es presenten sota el paraigua del Clúster Tèxtil i Moda de Catalunya (ACTM). La passarel·la va finalitzar amb la desfilada d'Scalpers, de Rafael Medina, present per primer cop al 080.

Aposta per la internacionalització

Les antigues cuines de Sant Pau van acollir la passarel·la més internacional del nostre país, que va comptar amb personalitats tan destacades com la dissenyadora preferida de les actrius de la catifa vermella, Georgina Chapman, i va aconseguir atraure a alguns dels models més coneguts, com ara

la parella de Leonardo Di Caprio (Toni Garrn), Malena Costa, Andrés Velenoso i Jon Kortajarena. Internacionalització refermada per les dades dels mitjans presents durant els cinc dies de durada del certamen: dels 611 periodistes i professionals de la comunicació de 284 mitjans acreditats, més d'una tercera part (36, 53%) eren d'àmbit internacional, de països com el Regne Unit, Alemanya, Itàlia, França, Mèxic, Colòmbia, Brasil, Estats Units, Rússia, Polònia, República Txeca, Xile o la Xina, entre d'altres.

En aquest sentit, el conseller d'Empresa i Ocupació, Felip Puig, va destacar durant l'acte d'inauguració que la clau de l'èxit del 080 Barcelona Fashion "és la seva capacitat de fusió" i d'acon-



Toni Garrn, desfilant per a Mango.

seguir que “des de més local, ser capaços d'oferir-nos i obrir-nos al món global”.

Puig va assenyalar que el 080 Barcelona Fashion “és la punta de l'iceberg, que s'ha erigit com el referent més visual d'una indústria que, a partir d'una tradició manufacturera, ha aconseguit repensar-se i adaptar-se als canvis profunds en la manera de produir, les tendències i els canals de distribució”.

Així mateix, el conseller va ressaltar el fet que el certamen s'hagi celebrat en les darreres edicions en emplaçaments tan carismàtics com el Born Centre Cultural, en l'edició del gener, o el Recinte Modernista de Sant Pau, en la present edició, “una expressió del nostre patrimoni que acollirà les apostes més actuals”. Aposta que, tal com va destacar la tinent d'alcalde de l'Ajuntament de Barcelona, Sònia Recasens, “per a l'Ajuntament és molt important, ja que el fet que el 080 triï a cada edició un lloc diferent contribueix a la dinamització del comerç de proximitat”.

Enguany, la passarel·la ha comptat amb Moritz com a patrocinador principal; Seat, Redken, Solan de Cabras, Lavazza, La Roca Village, Salerm, Montibello i Movistar com a patrocinadors; i MAC, Atrezzo i MyTaxi com a col·laboradors.

Comerç i indústria a Catalunya

Un total de 39 *pop-up stores* de roba, bosses, calçat, joies i d'altres complements van omplir l'Open Area de la passarel·la, que enguany es distribuïa pels jardins i els exteriors del recinte modernista. Oferta que complementava les desfilades de les marques catalanes que l'ACTM va presentar un any més i que mostrava l'ampli ventall de propostes de què disposen els dissenyadors, comerços i indústria del nostre país.

Escorpion va ser la primera firma del clúster en presentar, durant la segona jornada, les seves propostes per a la propera primavera-estiu. De la mà de la seva directora artística, Sybille Horaist Gramaglia, aquesta empresa creada l'any 1929 i que va revolucionar des dels seus inicis la roba de punt i el concepte d'una dona lliure, femenina i amb actitud, va presentar a la passarel·la la col·lecció *Cabinet de curiosités*. Aquest “gabinet de curiositats”, on al segle XVI es mostraven objectes fascinants, és el *leit motiv* que va utilitzar la marca per presentar una col·lecció inspirada en els tres regnes de la natura: mineral, vegetal i animal.

Bóboli i Cónдор van ser les encarregades d'obrir la tercera jornada del certamen. La firma de moda infantil, que té el seu origen a l'empresa Star Textil l'any 1981, ha apostat pràcticament des dels seus inicis per la internacionalització i és present en l'actualitat a més

de 1.500 punts de venda de més de 50 països, amb un total de 50 botigues exclusives a l'Estat espanyol. Bóboli va presentar una desfilada amb grans estampats de cretones, flors petites, i una gran riquesa de teixits i formes retros.

Pel que fa a la marca catalana referent en el sector de la calceteria, presents des de l'any 1898 i que des de fa set anys dissenya col·leccions completes en moda infantil, va fer una proposta de formes senzilles, còmodes i pràctiques, utilitzant el cotó com a base, els vaporosos crepès i els imprescindibles texans amb el toc personal de Cónдор.

També van participar durant la jornada Naulover, Aldomartins, Who i Yerse. Amb la col·lecció *Spicy Candy*, Naulover va apostar per la seda, viscosa i el raïó, amb peces de línies rectes, faldilles de llargs inesperats i volums suaus que flueixen des de les espatlles. Aquesta empresa tèxtil establerta a Catalunya i present des de 1957 destaca per dissenyar i fabricar les peces de roba, accessoris i complements a les seves pròpies fàbriques ubicades a Mediona i, amb una xarxa de més de 600 clients multimarca, disposa des de l'any 2012 d'una botiga pròpia al costat del Passeig de Gràcia de Barcelona.

Per la seva banda, Aldomartins va presentar la col·lecció *Geometrical Blossom*, inspirada en la naturalesa de l'art oriental però reinventant aquests motius, gràcies a les possibilitats de



L'Open Area va comptar amb prop d'una quarantena de *pop-up stores*.

080 Barcelona Fashion



les noves tecnologies en el punt, amb sofisticats estampats *jacquards* i *intàrsies*. Fundada l'any 1975, és a partir de 1998 quan aquesta empresa familiar comença el seu trajecte internacional, en la moda parisenca, fins arribar a les xifres actuals: el 80% de les vendes responen a l'àmbit internacional, i la marca es troba a més de 1.600 punts de venda.

La jove marca Who, creada l'any 2000, va presentar la col·lecció *Sky&Sand*, on la dissenyadora Laia Roca va mostrar unes peces de colors naturals (el blanc trencat, beix i sorra) contraposats al blau amb teixits que representen aquesta dualitat entre la fragilitat de sorra (representat en les transparències) i la força dels materials tècnics.

Pel que fa a Yerse, fundada l'any 1964 per Lluís Generó i Domenech i basada en la producció de jerseis de punt per a tota la família, en l'actualitat ofereix un *total look* per a la dona, enguany representat al 080 Barcelona Fashion sota el nom d'*Escape Land*. En aquest sentit, la firma va presentar una col·lecció que revisita els clàssics del punt gràcies a les textures tecnològiques, apostant pels teixits inspirats en estovalles i hamaques de vacances, ressituant les ratlles i els quadres en un context modern.

Per a la quarta jornada, els encarregats d'obrir la passarel·la van ser els també



fidels al 080 Punto Blanco i Slazenger. La primera, líder del sector en el món dels mitjons des dels seus inicis, l'any 1948, és present al mercat internacional ja des de 1953. Amb la col·lecció *Past meets future in Miami*, Punto Blanco va presentar una col·lecció dominada pel color, saturat i viu, i pels acabats metal·litzats, comptant amb la col·laboració de la marca de calçats Aro i la firma de bosses Xaus Igualada.

Slazenger, fidel a la seva herència esportiva, va presentar una col·lecció d'esperit urbà amb dissenys actualitzats. Una marca d'origen britànic d'especial rellevància per a la indústria tèxtil ja que, malgrat que es va establir oficialment l'any 1881, les seves arrels es remunten a principis del segle XIX, finançant-se ben aviat com a empresa líder en equipament d'esport.

Made in Barcelona

L'última jornada del 080 Barcelona Fashion va comptar amb la participació, un any més, de Torras i de la jove marca BCN Brand. Aquesta última es tracta d'un nou concepte de calçat exclusiu, dissenyat i produït a Barcelona, seguint les darreres tendències i amb la millor tradició artesanal, un valor en alça dins el sector de la moda. La seva desfilada, sota el títol *Barcelona* i tenint en compte l'escenari en el qual es duia a terme, estava inspirada en el Modernisme, sobretot en l'arquitectura i la pintura,



amb peces lluminoses i amb barreja de colors.

Finalment, Torras va dur a terme la darrera desfilada del certamen, poc abans del lliurament del Premi a la Millor Col·lecció, que va recaure un cop més en la dissenyadora Miriam Ponsa, i de la desfilada de cloenda d'*Scalpers*. Fundada el 1951, la firma va crear un innovador concepte de moda en pell i punt, amb unes peces realitzades a Caldes de Montbui i presents a més de 40 països. Enguany va presentar la col·lecció *Avant-garde*, inspirant-se en artistes com Picasso, Warhol o Klimt, amb una paleta de colors assossegada, imitant un llenç buit, on la llum i el color es reflecteixen a través dels estampats florals, caixmirs, taronges, vermelles i blaus marins, que s'enllacen amb filatures, teles i pells i creen formes geomètriques, lineals i en constant moviment.

Aquestes onze marques representen una mostra clara que la indústria tèxtil catalana no tan sols no ha desaparegut sinó que té un futur molt interessant per endavant. Amb una forta presència ja en l'àmbit internacional, aquestes firmes, així com els dissenyadors i les grans marques reconegudes a tot el món que hi participen, disposen en la passarel·la 080 d'un escenari emblemàtic i diferent on fer veure que la indústria tèxtil catalana torna a estar de moda. ■

« Cada cop em trobo més influenciada pel meu passat familiar en la indústria tèxtil »



Miriam Ponsa

Dissenyadora i guanyadora del Premi 080 a la Millor Col·lecció

Va ser la millor col·lecció en l'edició del mes de gener de 2013 i ara torna a endur-se el premi que atorga el 080, per tercer cop. Quina creu que és la clau del seu èxit a la passarel·la catalana?

Crec que no hi ha una fórmula magistral però que, si treballes des del cor i amb un bon full de ruta, serà més fàcil arribar al concepte i transmetre'l. Tinc molt clara la nostra filosofia, però cada col·lecció és un repte creatiu.

Què suposa per a vostè el premi?

Aquest premi fa molt feliç al meu equip, és un reconeixement a la feina de les persones que hi ha darrere una col·lecció. Ens dóna la seguretat que anem per bon camí.

Què caracteritza la col·lecció d'enguany?

El fet d'inspirar-me en les dones mula de la frontera de Melilla amb el Marroc ha agradat molt, sobretot el treball de patronatge de les peces, que portaven el farcell o la motxilla incorporada. Hem treballat molt les tècniques artesanals tot aconseguint formes geomètriques

i teixits que recordaven les gelosies del Marroc. La paleta de color ha estat molt important per crear l'ambient de la col·lecció.

I en general, com són els dissenys de Miriam Ponsa?

La recerca amb textures i la combinació de teixits hi són sempre presents. Les formes acostumen a ser àmplies i oversize. La influència familiar industrial juga un paper important, de la mateixa manera que les meves influències artístiques. Estic molt influenciada per la natura i el "land art". Sempre intento que les peces que fem tinguin un aire del passat.

Prové d'una família amb una llarga tradició en la indústria tèxtil. Com li ha afectat en la seva carrera?

Cada vegada estic més influenciada per aquest passat familiar. El nostre disseny gràfic beu molt d'aquesta font i els colors amb els que treballem també l'evoquen. La meva rebesàvia, l'any 1886, es va instal·lar al mateix espai que jo ocupo ara. Feien les betes de seda per a les espadenyes. En aquest espai hem trobat des de mobles i telers antics fins a tampons amb els quals treballem la part gràfica. Però el que em té més captivada és la presència d'aquesta memòria, cada vegada és més present en mi.

Com va ser la seva infància a la fàbrica de la família, Francesc Ponsa?

Recordo molt l'olor de l'oli de les màquines i el soroll eixordador dels telers. Però alhora jo tenia molt clar que no volia treballar en la indústria productora sinó crear. La meva família em va recolzar des del principi i, gràcies a ells, puc estar fent el meu camí creatiu.

Com va sorgir la idea d'implantar el seu negoci en l'antiga fàbrica?

Va ser una necessitat, jo necessitava un espai i aquell era l'únic compatible amb les meves necessitats. Però hem trigat molts anys en rehabilitar-lo. Tot i que l'estructura estava bé, l'interior s'ha hagut d'adequar, i encara hi ha molta feina a fer perquè de moment només utilitzem una part de l'edifici.

Com resumiria la trajectòria empresarial de gairebé 15 anys?

Em sento molt realitzada perquè tinc llibertat creativa i molta qualitat de vida. Però alhora sóc conscient que em queda molt per aprendre, així que continuo en aquest camí tan fantàstic d'aprenentatge continu.

Com ha viscut la desaparició de la indústria tèxtil a Catalunya?

Nosaltres tenim una estructura molt petita i sempre ens hem mogut molt per trobar els tallers i proveïdors que necessitem. Des que hi ha crisi, és més fàcil que els tallers agafin produccions petites però també som conscients que el sector ha patit molt. Tant de bo tornessin les grans produccions, però crec que això no és possible amb una fabricació elevada, on els costos de producció es prioritzen per sobre de tota la resta.

En els darrers anys, sembla que el teixit industrial tèxtil torna a apostar pel nostre país. Cap a on creu que anirà el sector?

Només ens en sortirem apostant per la creativitat i la innovació, donant valor al que fem. Així doncs, s'haurà de fer diferent i millor. Ens hem d'oblidar dels volums de fabricació, que són els que escanyen els sous i que sempre busquen el millor postor. La confiança ha d'anar implícita en els negocis, si no és així, no funcionarà. ■

«Creiem que el 080 ajudarà en la internacionalització de la marca»



Rafael Medina Fundador d'Scalpers

Amb una facturació de més de vuit milions l'any passat i un total de 23 botigues pròpies i 120 multimarca, Scalpers va néixer fa només set anys a la capital madrilenya. Amb la recent obertura a la zona del Passeig de Gràcia barceloní i l'expansió prevista a través de *partners* estratègics, Medina espera augmentar la presència a nivell internacional, en l'actualitat centrada en Mèxic, Bèlgica, Suècia, Noruega i Alemanya. Ha participat per primer cop al 080 Barcelona Fashion amb la desfilada de clausura, de la qual destaca, a més del seu caire internacional, un gran nivell d'elegància i glamur.

Provinent del món de la banca, decideix canviar radicalment la seva carrera i dedicar-se a la moda, creant la primera botiga Scalpers. Per què?

Perquè tenia inquietuds en la moda i va sorgir l'oportunitat amb un parell d'amics, amb els quals vam decidir deixar-ho tot en els nostres respectius treballs per aquest projecte de moda. Però he de remarcar que nosaltres no fem moda, sinó que hem creat un estil, una marca masculina referent, sobretot.

Neòfit en aquest sector, dissenya i crea l'estil de les peces Scalpers. D'on prové el coneixement i l'instint en la creació?

Ve bàsicament del que a mi m'inspira i m'agrada. He aplicat des dels inicis el meu propi estil a la marca, i aquest és a dia d'avui l'ADN d'Scalpers.

Quines són les claus per a la consolidació d'una empresa en aquest sector?

És fonamental creure en el teu producte, apostar-hi malgrat que hi hagi detractors. D'altra banda, conèixer els pilars de la distribució, el màrqueting i les finances, per tal d'afinar el creixement de la companyia, és fonamental de cara a convertir-se en una marca global amb botigues pròpies.

Què caracteritzen els dissenys i la marca Scalpers?

L'aire rebel i jove de les nostres peces a través de les nostres propostes més d'*sport* que el simbolitza el nostre *skull*, així com l'aire d'uniformitat perfecta militar en les nostres peces més formals, com ara els vestits masculins. Elegància i estil és el denominador comú de la nostra marca.

Té pensat entrar en el món de la moda femenina?

És complicat. Seria un plantejament amb botigues pròpies de dona. A dia d'avui no està definit, però sens dubte que serà un projecte de futur. De totes

maneres, abans de tot això hem de polir el model de negoci actual, invertint en la nostra web, per exemple.

Per què va escollir Madrid com a botiga insígnia de la marca?

Perquè Madrid era la ciutat on vivia i on creïem que seria més fàcil transmetre el nostre missatge als nostres primers clients, que responien majoritàriament a doctors, advocats, *brokers*, banquers, etc. És a dir, gent que utilitza la corbata diàriament per a la seva feina.

Quines són les previsions per a aquest exercici?

L'any passat vam arribar a superar folgadoament els vuit milions d'euros, i enguany esperem acabar per sobre dels deu milions.

I pel que fa a nivell internacional, quins són els seus plans d'expansió?

Estem a botigues multimarca de Bèlgica, Suècia, Noruega i Alemanya, i disposem de punts de venda propis a Mèxic, tant a centres comercials com a grans magatzems. La idea que tenim per a l'estranger és associar-nos amb *partners* estratègics, ja que cada país és un món.

L'any 2013 obre la primera botiga a Barcelona, al carrer Provença cantonada amb Passeig de Gràcia. Què suposa per a vostè aquesta obertura?

Suposa un gran pas, ja que Barcelona és una ciutat importantíssima per a nosaltres. I sobretot, de cara a la internacionalització de la marca, Barcelona



Rafael Medina amb Lapo Elkann, creador de la firma Italia Independent.

és una ciutat cosmopolita com cap altra a Espanya.

Considera per tant important ser present al Passeig de Gràcia, de gran afluència turística, en el seu procés d'internacionalització?

El Passeig de Gràcia és una de les artèries comercials més importants del món, i en els darrers anys hem vist com els *retailers* més importants i les marques de luxe s'han posicionat allà. És el present i el futur, sense cap mena de dubte, del *retail* dirigit als turistes.

Ha debutat a la passarel·la catalana fent la desfilada de clausura. Per què el 080 Barcelona Fashion?

El 080 és la nostra primera passarel·la a un any vista. Hem participat a d'altres, però amb roba de temporada, mentre que aquesta treballem ja amb la roba de primavera-estiu 2015. Estem parlant d'un marc importantíssim per a la moda catalana, nacional i internacional. Creiem en ella com a companya de viatge de cara a ajudar encara més en la globalització i internacionalització de la nostra marca.

Ha presentat, a més, la recent col·laboració amb la firma d'ulleres Italia Independent. En què consisteix l'acord i com beneficiarà a Scalpers?

Els nostres inicis van ser similars en dates com a marca. Sempre hem estat parlant de fer una col·laboració conjuntament, i ha arribat el moment. Crec que Italia Independent ens dona aquest plus de disseny i tecnologia *made in Italy* a través de les seves ulleres de sol. És l'inici, n'estic segur, de més col·

laboracions amb aquesta firma, ja que es tracta sens dubte d'una marca líder i referent en el seu sector.

Què opina de Barcelona com a pol d'atracció de la moda internacional i el glamur?

Crec que escenaris com l'Hospital de Sant Pau ajuden que el clixé de la moda sigui molt més beneficiós, tant per al sector com per a Barcelona. És un encert haver escollit una localització com aquesta, i el futur de la passarel·la és més que positiu, amb la posada en escena actual a nivell d'elegància i glamur.

En els darrers anys, el Govern català està fent esforços per potenciar el sector tèxtil i la moda, sector que tradicionalment va tenir un gran pes a Catalunya. S'està notant aquesta tasca per tornar a tenir un nom dins el sector?

Totalment. Crec que la indústria catalana tèxtil ha estat molt important històricament i no tinc cap dubte que la tasca del Govern està donant els seus fruits en l'actualitat.

Anem llavors pel bon camí?

Crec que sí, la veritat. Me n'adono sobretot quan assisteixo a grans fires internacionals tèxtils com *Première Vision* o *Milano Unica*.

Finalment, quins consells li donaria al jove dissenyador que vol fer-se un forat en el món de la moda?

Que cregui en el que fa, que confiï en el seu producte i que ho faci amb il·lusió, la resta de coses arriben soles si treballes molt amb il·lusió. ■



Bones perspectives per al comerç tèxtil

En el marc del 080 Barcelona Fashion, l'ACTM va organitzar per segon any la jornada “Evolució del *retail* i reptes de l'empresa catalana”, en la qual el president de l'entitat estatal de comerç tèxtil Borja Oria va mostrar les principals dades del sector del passat exercici i les previsions, positives per primer cop des de fa anys, per al 2014.

Portem un temps sentint la veu d'experts pronosticant un canvi de tendència, un inici de recuperació econòmica que es traduirà en resultats positius per al 2014, per primer cop des de l'inici de la crisi. Ara les dades dels primers mesos ho confirmen, almenys pel que fa al sector tèxtil. La jornada del Clúster Tèxtil i Moda de Catalunya (ACTM) que va tenir lloc durant la celebració del 080 Barcelona Fashion, en el mateix recinte de Sant Pau, així ho estableix.

Roser Ramos, presidenta de l'ACTM, va fer la ponència inaugural, agraïnt al CCAM que “possibiliti, per segon cop, la jornada dins el marc del 080”. Per a Ramos, en un sector en el qual “el consum ha baixat un 30% en els darrers

cinc anys, ha estat vital la imaginació dels nostres comerços per seguir captant l'interès dels nostres consumidors”. La presidenta va recalcar que l'ACTM seguirà treballant per aconseguir el repte d'assolir una dimensió de negoci de les marques catalanes. Així mateix, el clúster ha apostat en els darrers temps per “la reindustrialització, el suport a la internacionalització i els ajuts per fer unes marques catalanes fortes i competitives”. Finalment, va destacar el canvi de tendència en el sector, que les dades de la jornada confirmarien.

Borja Oria, president d'ACOTEX (Asociación Empresarial del Comercio Textil y Complementos) i de CECOTEX (Confederación Española del Comercio Textil

y Moda), va ser l'encarregat d'aportar aquests resultats derivats de l'informe “El Comercio Textil en Cifras” (ACOTEX).

Segons aquest informe, durant l'any 2013 “els resultats han continuat essent dolents, però els primers mesos de 2014 marquen un canvi de tendència”, va introduir Oria. L'inici de la davallada es constata durant les festes nadalenques de 2007, acumulant una davallada del 30%, tal com establia Ramos. Segons Oria, aquesta davallada no ha estat només de vendes sinó també de marges, ja que “abans el 25% dels productes es venien amb alguna promoció o rebaixa i ara la xifra ha augmentat al 40%”. Això ha suposat “uns forts ajustos de personal, però ara ja s'ha estabilitzat”, va afegir.

Oria va confirmar que els més afectats per la crisi han estat les petites botigues multimarca, tot i que “durant aquest any estem veient com estan arribant operadors nous que s'estableixen al país, veiem canvis positius”.

La proliferació de botigues *outlet* i la generalització de la venda amb descompte estan contribuint a aquest desgast, en un país que “no aplica el model americà, que consisteix en començar amb preus més elevats per així anar baixant”, va especificar el president d'ACOTEX, que va assegurar que “el preu de venda del producte al nostre país és d'inici un 15% més baix que la mitjana i un 40% més baix que a països com Rússia, per exemple”.

El comerç del país es fa fort internacionalment

Però això té la seva part positiva, segons Oria, ja que “funcionem molt bé a l'estranger, tenim la capacitat de pujar el preu per estar a la mitjana del país en qüestió i això ens dona més marge de beneficis”.

D'altra banda, el fet de “comptar amb grans marques que són líders mundials, com ara Inditex, Desigual, Mango o El Corte Inglés, per exemple, ha beneficiat a tot el sector”, segons Oria, “aportant un gran valor de màrqueting per a la marca España, ara sinònim de talent i creativitat”. “Si ets una empresa *made in Spain*, consideren que tens talent, professionalitat i qualitat, i ets ben rebut a l'estranger”, va explicar.

Oria va determinar que el petit comerç està ja a prop de tocar fons i, a més, “detectem un forat per a aquest mercat, el consumidor s'està cansant de grans marques amb els mateixos aparadors”, malgrat que els centres comercials aglutinen encara el 40% de les compres del sector.

Replicar el model barceloní

L'expert en comerç tèxtil va destacar el model barceloní pel que fa al turisme. “Barcelona s'ha convertit en un gran exponent del turisme de *shopping*, la resta de ciutats espanyoles hem de co-

piar el que s'ha fet aquí”, va explicar, ja que “Barcelona ha venut molt bé el seu discurs de ciutat amb cultura, gastronomia i moda”.

En aquest sentit, les dades de l'informe d'ACOTEX són irrefutables. Del total de compres realitzades per turistes mitjançant Tax Free a l'Estat espanyol, el 46% correspon a Barcelona, mentre que Madrid aglutina el 36% i la tercera, Màlaga, es queda amb només un 8%. Pel que fa a la despesa mitjana en compres per nacionalitat, trobem que els xinesos són els turistes que més gasten a la ciutat de destí, amb 938 euros de mitjana, seguit dels japonesos (559 euros), els estatunidencs (546 euros), els mexicans (541 euros) i els russos (411 euros).

Tanmateix, pel que fa al comerç *on-line*, queda molt per fer. L'any 2013 va suposar un 3'5% respecte del total, una xifra molt minsa si ho comparem amb països com el Regne Unit (14%) o el centre d'Europa (10%). El motiu, segons Oria, és “la manca de costum, tradicionalment, a la compra per catàleg, que fa que el següent pas sigui la compra per Internet i que a d'altres països, sobretot els nòrdics, ha estat molt característic”.

Primers resultats positius

L'informe d'ACOTEX, però, estableix que durant els primers mesos de l'any les dades són positives. “El punt d'inflexió va ser al novembre de 2013, amb una campanya de Nadal relativament

bona i unes rebaixes planes o una mica millors que d'altres anys”, va afegir el president. Així mateix, les estimacions per a aquestes rebaixes d'estiu són d'un augment en vendes del 3,5% i per a final d'any, del 4%.

Finalment, responent a la qüestió d'un assistent a la jornada, Oria va fer esment de la polèmica liberalització en l'àmbit del comerç, “que a Madrid la patim des de fa molt de temps”. Sense entrar en si està a favor o en contra, ja que “CECOTEX incorpora veus contraposades, entre els que diuen que augmenta les opcions de fer vendes i l'atenció a turistes i els que argumenten que el cistell de mercat és el que és i el que s'aconsegueix és repartir en més dies les mateixes compres, elevant les despeses”, Oria va declarar que “la realitat és que a Madrid hem tingut resultats pitjors que a la resta d'Espanya, si és per la pròpia crisi o per la liberalització, realment seria difícil d'analitzar”.

La jornada va finalitzar amb la participació de l'empresari Alfons Duran-Pich, autor dels llibres *Se'n va la recessió, la crisi es queda* i *El cànon del management*, qui va voler convidar a la reflexió dels presents sobre com haurien de dirigir les seves empreses arrel de les experiències viscudes per ell mateix. Una intervenció que va fer pensar en les errades i encerts de cadascun dels comerciants assistents i que va començar amb una contundent declaració d'intencions: “El glamur el deixem fora, jo sóc home d'empresa”. ■



Borja Oria, durant la intervenció a la jornada.



Georgina Chapman, madrina de la *pop-up* Barcelona Designers Collective

La dissenyadora i cofundadora de la prestigiosa firma Marchesa especialitzada en la catifa vermella o *red carpet*, Georgina Chapman, va ser la madrina de l'acte d'inauguració de la botiga del Barcelona Designers Collective a La Roca Village. Amb l'objectiu de donar ressò internacional i reiterant l'aposta pel talent emergent, Chapman va presidir l'acte, on es va donar a conèixer els noms dels joves seleccionats per mostrar i comercialitzar en aquest espai les seves creacions. La selecció s'ha dut a terme mitjançant un concurs, amb un jurat presidit per aquesta dissenyadora de capçalera d'actrius com Penélope Cruz, Rihanna o Jennifer López. Dels 80 candidats, han estat

escollit nou dissenyadors: Colmillo de Morsa, Ssic and Paul, Pablo Erroz, Juanma by El Cuco i Rita Row en la categoria de tèxtil; Bet Barcelona i Prógrono en accessoris; Irene Carrera en joieria; i Mus&Roew en calçat.

D'altra banda, la visita de la reconeguda dissenyadora britànica va propiciar que la *master class* de la passarel·la tractés aquest àmbit. Sota el títol "The red carpet, the new catwalk?", la taula rodona va tractar la influència de la catifa vermella en el món de la moda i de la importància que té per a les marques. En aquest sentit, els dissenyadors Lorenzo Caprile i Juanjo Oliva van coincidir en afirmar que la *red carpet* pot ajudar molt a la projecció d'un creador però van alertar que també pot ser "un caramel enverinat". Segons Caprile, cal tenir un "control complet del *look* de la *celebrity*, ja que si el vestit va acompanyat d'un pentinat o un maquillatge equivocats, pot ser un fracàs". Per la seva banda, Oliva va apuntar que "no sempre el personatge a vestir encaixa amb l'estil de la firma i, per això, sempre és bo que hi hagi una complicitat entre el dissenyador i la *celebrity*".

Així mateix, la model Judith Mascó va reconèixer que "el més important a la catifa vermella és saber molt bé el que fas o estar molt ben assessorada". Per la seva banda, Carlos Santana, director de *retail* de Value Retail Espanya, va assenyalar que "la xarxa *carpet* ven un *life style*" i que hi ha "inversió i visió". Santana va explicar que l'elecció de la *celebrity* que ha de lluir un disseny a la catifa vermella ve sempre condicionada "per l'estratègia de la marca".

Tots els ponents van coincidir en què hi ha un "estil *red carpet*" que marca tendència, sobretot, segons Santana, en la decisió dels colors que regnaran durant la temporada. Segons Caprile, firmes com Marchesa han entès molt bé aquest estil, i per això dissenyen vestits que "són molt fotogràfics des de tots els angles possibles, molt femenins i que tenen coses que explicar per tot arreu". ■

Jornades sobre nous materials tèxtils i sobre sostenibilitat

En el marc del 080, també es van dur a terme com a activitats paral·leles dues jornades professionals més, una centrada en la recerca i en els nous materials tèxtils, organitzada pel Museu Tèxtil de Terrassa, i una altra en la responsabilitat social i la sostenibilitat dins el sector, dirigida per l'IED Barcelona.

Amb el títol "Línies de recerca i nous materials tèxtils. Aplicacions al món de la moda, la llar i usos tècnics", aquesta sessió de treball va permetre actualitzar coneixements en relació amb les matèries tèxtils i les seves funcions, amb una especial incidència en les tendències de la recerca que s'està fent. La sessió va ser conduïda per Llorenç Bautista i Ariadna Detrell, químics doctorats per la Universitat Politècnica de Catalunya i especialistes de renom internacional.

La jornada "Responsabilitat social i sostenibilitat" va reflexionar sobre els valors ètics en el sector de la moda i va presentar el projecte de la marca social de llar i estil de vida "MalasMeninas", impulsat per la gerent de l'empresa "A Puntadas", Rosa Escandell. Escandell va explicar que la iniciativa va gestar-se a la presó, amb la idea de trobar una via de reinserció, i actualment dóna ocupació a dones en risc d'exclusió. "La nostra preocupació constant és saber qui fila, qui talla i qui i on es produeix, per tal de mantenir la sostenibilitat a tota la cadena de valor", va explicar. També van participar la historiadora i experta en cultura de la moda, Charo Mora, i la directora científica de Moda de l'IED Barcelona, Pilar Pasamontes. ■



Guanyadors Elite Model Look España 2014

Un any més, la passarel·la barcelonina va ser l'escenari de la final del concurs d'Elite Model Look España, en el qual es van poder gaudir dels 12 finalistes, que van mostrar el seu estil i professionalitat a la passarel·la.

Gala Houlihan (València) i Aitor Andueza (San Sebastian) van ser els guanyadors d'enguany, després de desfil·lar davant d'un jurat format per especialistes del món de la moda: Gael Marie, director d'Elite Model Management Espanya; Vick Mihashi, directora d'Elite Model Management París; Leesa Shröder, directora d'Elite Men's Division de Londres; Esther Garcia, directora del càsting del 080 Barcelona Fashion; i Miquel Rodríguez, gerent de CCAM. El jurat va destacar el potencial d'ambdós a la passarel·la, així com la seva imatge i personalitat. Els dos joves guanyadors del concurs representaran Espanya a la final mundial, que es celebrarà a Shenzhen el mes de desembre. ■

Sara Sacco guanya el Morellato Jewelry New Talent Award

Aquest concurs, que es va presentar el gener passat en l'anterior edició del 080, està impulsat per aquesta prestigiosa firma de joieria i té com a objectiu descobrir nous talents en el sector del disseny de joies.

Un jurat internacional (format per Paolo Vasile, conseller delegat de Mediaset; la directora de continguts del 080, Núria Mora; la periodista Aurora Segura; la vicepresidenta de MODAFAD, Pilar Pasamontes; Paola Saltari, de Vanity Fair Italia; i el dissenyador Custo Dalmau) va seleccionar la col·lecció "Tropical" de Sara Sacco com a guanyadora del premi, per les seves joies inspirades en el món tropical amb ànima i esperit contemporani.

Sacco ha obtingut una estada en pràctiques retribuïda de tres mesos a les oficines creatives de Morellato, a Milà, i un premi en metàl·lic de 4.000 euros. Les peces finalistes van ser exposades en el 080 on, a més de "Tropical", es va poder gaudir de "Breath", de Giuseppe Centra, i "Acuore & Moti", de Monica Toselli. ■



Una fan obre la passarel·la de Custo Barcelona

El dissenyador Custo Dalmau va fer realitat a la passada edició del 080 Barcelona Fashion el somni de Vanesa Esclápez, una alacantina de 30 anys que va poder desfil·lar amb la roba del seu dissenyador preferit.

Aquesta jove, que havia fet ocasionalment de model i que treballa a la discoteca Lio, d'Eivissa, és des dels 18 anys una fan de Custo i gairebé sempre acostuma a vestir amb roba seva. Una nit en la qual el dissenyador era a la discoteca, li van parlar d'Esclápez i la va voler conèixer. Esclápez, que duia un vestit del dissenyador, li va mostrar amb el mòbil la gran quantitat de fotografies de diferents moments i activitats en els quals duia un model de la firma i Custo, impressionat, va voler premiar aquesta fidelitat convidant-la a desfil·lar a Barcelona.

Aquesta model per un dia va poder mostrar una selecció de la nova temporada, en la qual predominen les transparències, els teixits calats i els encaixos amb colors més pàl·lids que de costum. ■

Els nous talents, a la passarel·la MODAFAD

MODAFAD, la passarel·la de dissenyadors de moda emergents, ha tancat la 14a edició del 080 Barcelona Fashion amb el lliurament dels MODAFAD T Project Fashion Awards, que distingeixen els millors projectes de final de carrera entre els estudiants de les escoles de disseny catalanes.

Així, en la categoria de Millor Dissenyador (Or), el guanyador ha estat Pedro Covelo, de l'escola FD Moda. El premi a la Millor Col·lecció (Plata) ha estat per Martín Maldonado, de l'escola IED Barcelona. I finalment, la menció especial al millor talent ha recaigut en Jon Mikeo, de l'escola FD Moda. Els guanyadors mostraran les seves col·leccions a l'exposició "El millor disseny de l'any", que es pot veure al DHUB (Disseny Hub Barcelona) fins al 22 d'octubre. També podran presentar una col·lecció al MODAFAD de la propera edició i mostrar el seu treball en el 080 Barcelona Fashion de l'any vinent.



Cada edició del projecte "T" està dedicada a la presentació conjunta dels millors projectes de final de carrera de les escoles de disseny de moda del país. Aquest projecte aplega, en un sol esdeveniment, les millors tesines de final de carrera dels alumnes de disseny de moda i presenta una desfilada conjunta, on un jurat internacional escull les tres categories de premi.

En aquesta edició dels Premis MODAFAD 2014 han participat estudiants de Bau, IED Barcelona, ESDI, ICM, FDModa, Escola Guerrero, IDEP, La Llotja i Escola de la Dona. A més, a la desfilada també ha participat el jove creador Aitor Martínez, menció especial del MODAFAD 2013, que ha exposat una col·lecció sencera a la passarel·la. ■

Les escoles de moda, a Sant Pau

Seguint la línia d'apostar pel nou talent, el 080 va donar l'oportunitat a nou escoles de disseny i moda de Catalunya de ser presents a l'escenari de Sant Pau durant la passarel·la. Aquestes escoles van presentar una selecció de les tesines d'aquest any escolar a unes vitrines que van ser exposades a l'Open Area.

Les escoles participants van ser: IDEP Barcelona Escola Superior d'Imatge i Disseny, Escola Superior de Disseny Felicidad Duce, ESDI Escola Superior de Disseny, Institut Català de la Moda, Llotja Escola Superior de Disseny i Art, IED Barcelona Escola Superior de Disseny, Escola de la Dona, ELISAVA Escola Superior de Disseny i Enginyeria de Barcelona i Escola d'Art i Disseny Illa. ■



El millor foto-reportatge de l'edició

En el Neo2 Photo Shoot Contest, set equips formats per un estilista i un fotògraf, alumnes d'escoles d'estilisme i de fotografia de Barcelona, van competir durant el 080 per realitzar el millor foto-reportatge. Les sessions de fotografia es van dur a terme en viu des d'un plató muntat en la pròpia Open Area.

El treball guanyador es donarà a conèixer en el número de setembre de la *fanzine* Neo2, amb un jurat que inclou l'estilista Anna Vallés, el fotògraf Sergi Jasanada i el director d'art Xavier Lanau, a més de la pròpia revista. ■

Les oportunitats del tèxtil

La Confederació de la Indústria Tèxtil, Texfor, va tornar a organitzar en el marc del 080 Barcelona Fashion la segona edició del TEXMEETING by Texfor, el punt de trobada anual del sector tèxtil on crear debat, donar solucions i generar *networking*. En aquesta ocasió, amb el títol "Tèxtil, carrera de futur", es va voler reivindicar les oportunitats que ofereix el tèxtil i la necessitat d'una estreta relació entre el sector empresarial i el món acadèmic en la formació de professionals preparats per a les demandes d'un sector en constant evolució. El conseller d'Empresa i Ocupació, Felip Puig, va fer la cloenda de l'acte, on va remarcar que "el sector tèxtil català ha entès que només l'excel·lència i el valor afegit ens mantindran en primera divisió".

En aquest marc, el conseller Puig i el president de Texfor, Jordi Ribes, van signar un conveni de col·laboració per a la promoció i difusió del sector tèxtil-moda català. En virtut d'aquest conveni, ambdues parts es comprometen a col·laborar per donar la màxima promoció i difusió al sector tèxtil català i, concretament, al sector de la moda com a negoci, amb la realització de diferents activitats en el marc del 080 Barcelona Fashion.

Concretament, el CCAM facilitarà la presència de les empreses de Texfor a l'espai de botigues efímeres del 080 i fomentarà la relació entre industrials catalans proveïdors de teixits, complements i acabats tèxtil i els dissenyadors que participen al certamen per donar projecció a la col·laboració indústria-disseny català. Per la seva banda, Texfor formalitzarà la seva presència en el 080 en el marc de les activitats paral·leles i col·laborarà en la difusió, entre les empreses tèxtils, de les línies d'incentius i d'altres programes de suport als sectors del comerç i la moda que aprovi el CCAM. ■



Pop-up stores

- Alèxia Grustan (complements) • BCN Brand (*sneakers prêt-à-porter*) • Brain & Beast (*prêt-à-porter dona-home*) • Cache.Toi (complements) • Colette Barcelona (joieria tèxtil) • Costalamel (*prêt-à-porter dona-home*) • Elisenda Santacreu (joieria) • Estrella Aguilar (joieria) • Experimenta Jewels (joieria) • Formentera Lady & Co (joieria) • Gemma López Barcelona (joieria) • Guillem Rodríguez (*prêt-à-porter home*) • Hàbit by Miquel Barberà (joieria) • Julia Koo (*prêt-à-porter dona-home*) • Labagueria (bosses) • Lito & Lola (joieria i complements) • Luci Minici Barcelona (*prêt-à-porter home i complements*) • Marta Huerta (*prêt-à-porter dona*) • Matrona Brand (*prêt-à-porter dona*) • Miguel Alex (*prêt-à-porter dona*) • Milles (*prêt-à-porter dona*) • Minku (bosses) • MoiMoi (bosses i joieria) • Musa bajo el árbol (bosses i complements) • Nubuck Cuir (*prêt-à-porter en cuir i bosses*) • Nyanyos (joieria) • Ontop Barcelona (complements per al cap) • Reisenstheil (bosses i complements) • Santamaria Design (*prêt-à-porter dona*) • Taranta (joieria) • Teo Geo (calçat i joieria en cuir) • Twenty Violets (complements) • Uniqbrow (ulleres i complements) • Vales1Valer by V1V (*prêt-à-porter dona i complements*) • Victoria Barrueco (*prêt-à-porter dona*) • VSB Barcelona (joieria) • Weavings (bosses i complements tèxtils) • Wild Clothing Company (*prêt-à-porter dona-home*) • Woodys Barcelona (ulleres).



El gran aparador de l'artesanía catalana

El Born Centre Cultural va ser l'encarregat d'acollir la cloenda de la tercera Setmana d'Artesania de Catalunya, que un cop més es va dur a terme amb el saló de referència del sector, The CraftRoom. Venda directa, tallers, xerrades, demostració d'oficis, els alumnes més excel·lents, les empreses artesanes més punteres... Tot, en un cap de setmana que s'està convertint en cita ineludible de l'artesanía al nostre país.

Per tercer any consecutiu, el CCAM va organitzar la Setmana d'Artesania de Catalunya, amb l'objectiu de potenciar l'artesanía de qualitat i de proximitat que tenim al nostre país i de mostrar-la davant el gran públic. Una setmana que, un cop més, s'inicia amb el lliurament dels diplomes de mestres artesans per part del president Artur Mas, el passat 7 de juliol, i finalitza amb el gran aparador de l'artesanía catalana, The CraftRoom, que va tenir lloc de l'11 al 13 de juliol.

Enguany, el saló va reunir un total de 108 expositors al Born Centre Cultural on, a més d'esdevenir un gran espai de venda i de contacte dels artesans amb el públic visitant que es va acostar a

aquella zona turística i de gran afluència, es va promocionar també la interacció de l'artesanía amb altres sectors productius i creatius, a través de la Llotja de Negocis. Aquest espai va reunir empreses punteres de l'àmbit de l'artesanía, que van poder mostrar a professionals de diferents sectors com els seus productes poden respondre a les seves necessitats de decoració, construcció i perfeccionament. Enguany van ser presents l'artista tèxtil Kima Guitart, l'empresa fabricant d'espelmes que data de l'any 1862 Cerabella, la firma d'arquitectura en salze Pont de Querós, el fabricant d'orgues Blancafort i els artesans del vidre per a tot tipus de construccions Tot Vidre Gibernau.

Venda directa

L'espai de venda directa, amb un total de 54 expositors, va ser un any més el que va aplegar més professionals. Es va dividir en tres temàtiques: Objecte, per a tots aquells productes relacionats amb la llar en el seu sentit més ampli de la paraula (objectes de cuina, de taula, de bany...); Espai, on es podien adquirir elements vinculats a l'interiorisme, la decoració de la llar i el mobiliari; i Subjecte, aquells relacionats amb la persona i la seva singularitat (complements de moda, joieria...).

Un dels més destacables per originalitat, joventut i projecció, que va despertar molt interès entre el públic

visitant, va ser l'expositor de Bamboo Bikes Barcelona, un nou concepte de bicicleta urbana produïda de forma artesanal a Barcelona a partir de materials sostenibles.

Els fundadors, Marc Navarra i Mariona Martínez, són dos joves enginyers que, en una estada a la Xina, “vam veure a un senyor d'uns 60 anys que anava per un poblet amb una bicicleta feta de bambú i ens va fascinar”, va explicar Navarra. Sense perdre temps, aquests apassionats de la bicicleta van investigar aquest tipus de vehicles i van descobrir que als Estats Units i a Alemanya en fabricaven, amb uns preus que rondaven els 2.000 euros. “Com que som enginyers i ens motivava aquest material, amb una flexibilitat que serveix d'amortidor natural i una lleugeresa similar a l'alumini, ens vam decidir a fer el projecte final de carrera sobre això”, va afegir.

El projecte presentat a la universitat va tenir tant d'èxit entre el professorat que els va motivar a tirar endavant amb el negoci, de tal manera que, un cop fets els prototips, van començar a comercialitzar aquest tipus de bicicletes, fa tan sols dos mesos, a un preu final de 950 euros cadascuna. Un vehicle fet totalment de forma artesanal i de manera sostenible, fins al punt que, segons Navarra, “es pot deixar abandonat a la muntanya perquè és biodegradable i incorpora, a més, llavors en el seu interior, amb la qual cosa contribueix a la natura”.



Tant Marc Navarra com Mariona Martínez no van dubtar a participar a un esdeveniment com The CraftRoom, perquè “pensem que estem dins la categoria d'artesans, de fet ja hem sol·licitat el carnet d'artesà i està en tràmits”, va especificar. Els fundadors de Bamboo Bikes Barcelona, com que són els únics que fabriquen bicicletes de bambú a l'Estat espanyol, s'han posat com a competència les bicicletes en general, un objectiu molt ambiciós i que pretenen assolir amb una injecció de capital gràcies al *crowdfunding*.

Navarra, que el segon dia del saló ja portava repartides més de 300 targetes de l'empresa entre el públic, va assegurar que “estem encantats de ser a The CraftRoom, és una bona exposició i han passat per l'estand molts turistes, fet que ens agrada especialment perquè la nostra intenció és sortir a l'exterior”. “El saló ha estat una molt bona plataforma d'inici”, va afegir.

Per la seva banda, Roser Oter és ja una veterana al saló. Aquesta ceramista i escultora considera important ser a The CraftRoom perquè “tot el que fa Artesania Catalunya del CCAM està pensat per ajudar el sector, per donar-li una oportunitat, veure com respira el públic i, alhora, donar a conèixer el teu producte”. “El millor de The CraftRoom és que hi ha una homogeneïtat i una qualitat en els estands, els artesans que exposen és perquè tenen el carnet d'artesà, fet que comporta una certa qualitat”, va explicar.



Tot i que la seva professió estava relacionada amb el món de l'educació i l'esport, treballant amb nens, un curset de ceràmica que va fer li va canviar la vida. “Em va agradar molt i, durant un temps, vaig compaginar les dues feines, fins que vaig ser mare i vaig decidir dedicar-me plenament a la meua passió”, va argumentar. La seva peça ha anat evolucionant en el temps i, des de fa cinc anys, està centrada en la sèrie Emocions, una col·lecció on “pretenc donar un missatge a través de les meves peces, amb espais molt bucòlics on els meus personatges llegeixen o pensen, cercant la simplicitat dins d'aquesta societat amb excés d'informació i activitat; intento copsar un moment molt especial en el qual només ets tu i el que t'envolta”.

La seva experiència a The CraftRoom sempre ha estat positiva, ja que permet “que la gent vegi directament la teua obra i et felicit o faci comentaris al respecte, molt important per a mi perquè sempre tracto amb galeries i aquest contacte personal és, per tant, primordial”, va assegurar, afegint que “els resultats de la participació es veuen més endavant, quan la gent et truca per demanar-te una peça, com em va passar en una edició anterior, que vaig entrar en contacte amb un visitant que, posteriorment, es va convertir en el meu principal client”.

Espai per a les entitats

A banda de l'espai per a les empreses i per a la venda, The CraftRoom no s'oblida de les entitats. Un any més, es va disposar de l'Espai FAAOC, federa-

Setmana d'Artesania de Catalunya

ció que agrupa a les principals associacions d'artesans d'ofici del país i que col·labora amb el CCAM en l'organització de la Setmana d'Artesania i del saló. Aquest espai era el punt de reunió on es centraven totes les activitats paral·leles, com ara les Històries Artesanes, el taller de Cut Tshirt, la demostració d'oficis i una exposició de producte, aquestes dues últimes a càrrec aquest any de l'Associació de Ceramistes de Catalunya. I a banda d'aquestes activitats, també es va projectar durant tot el saló l'audiovisual "Matèria, projecte de recerca audiovisual de la cultura material", de Guim Bonaventura i Bou.

Però a més de la FAAOC, 14 entitats van disposar d'expositor propi per mostrar la importància de l'associacionisme en el sector artesà del nostre país. Moltes d'elles, com el Gremi Artesà Tèxtil de Catalunya, ja presents en edicions anteriors. Segons va explicar l'anterior presidenta del gremi i actual gestora cultural, Marian Reyes, és la segona vegada que participen a The CraftRoom, "un bon lloc perquè et coneguin".

Amb un centenar d'associats en l'actualitat, es tracta del gremi més antic de Catalunya, l'origen del qual es remunta a 1262 sota el nom de Gremi de Mestres Teixidors, "però tot i així molts professionals d'aquest àmbit encara no saben ni que existim". En paraules de Reyes, el gremi treballa "en favor del sector tant a nivell de divulgació com de comercialització i coneixement de l'artesania tèxtil arreu de Catalunya". L'entitat organitza tallers, cursos i fires a tot el territori català.

En referència al saló, Reyes va assegurar que "gràcies al The CraftRoom de l'any passat, alguns artesans van conèixer el gremi i es van associar, i esperem tenir aquest any també noves incorporacions". Reyes, a través de la seva empresa The Handmade Things, ha participat personalment a totes les edicions amb el seu propi estand, ja que "crec en la tasca d'Artesania Catalunya i, a diferència d'altres, és una fira d'altíssima qualitat en la selecció dels artesans i de totes les activitats paral·leles que es fan".

Futur Excel·lent

Finalment, The CraftRoom no va voler deixar de mostrar el futur del sector, de tal manera que es va tornar a convidar als alumnes més excel·lents en el seu projecte de final de curs de les escoles d'arts i oficis de Catalunya, amb l'objectiu d'apropar el nou talent al mercat laboral. 33 alumnes de set escoles del país van poder tenir aquesta primera oportunitat amb un estand propi.

De Laura Folch i Marta Calmet, dues estudiants de l'Escola Superior de Disseny i Art La Llotja de Barcelona, concretament dels estudis d'Estilisme d'Indumentària, no es pot dir que sigui la seva primera experiència en el mercat real. El seu projecte de final de carrera correspon al vestuari de la pel·lícula *Barcelona 1714*, gràcies al qual van aconseguir d'altres feines, com la de coordinar el vestuari per a la pel·lícula *Sonata per a violoncel*. "Vam tenir la sort de poder entrar al món del cinema just quan vam acabar el cicle, i el fet d'haver participat a dos projectes



importants ens ha obert portes", va assegurar Folch.

Ambdues joves ja estan preparant el que consideren el futur imminent en el sector: la roba intel·ligent. Segons van explicar, "hem creat la nostra pròpia marca de moda intel·ligent, Dloup, pensada com una marca *prêt-à-porter* que inclou tecnologia, ja sigui amb finalitat estètica o funcional, i estem buscant la manera d'introduir-la al mercat". Per a la seva realització, compten amb el suport d'Innovalley, una empresa de San Francisco, i de Cetemmsa, centre de recerca tecnològica de Mataró.

Folch va afirmar que la presència a The CraftRoom "és per a nosaltres molt important, una bona oportunitat de donar-nos a conèixer". A més, va afegir, "el Born és el lloc ideal, ja que hi passa molta gent, entre curiosos i professionals". Per la seva banda, Calmet va declarar que "hi anàvem amb moltes ganes, només pel fet de conèixer els millors de cada escola era per a nosaltres interessant, però és que a més hem sortit molt satisfetes".

Segons Calmet, han aconseguit contactes amb professionals del sector, com "els propietaris d'una galeria de Barcelona, que es van interessar per la marca Dloup i hem de concretar una possible exposició al seu espai". "Ens han proposat també dissenyar vestuari per a diferents desfilades i, a més, ens ha servit com a primer contacte amb la gent del nostre món", va concloure. ■





Óscar Espinós, durant la seva intervenció.

Espai FAAOC: La història darrere un artesà

La gran novetat d'enguany a The CraftRoom va venir de la mà de valents artesans, que no van dubtar a posar-se davant del públic a explicar la seva història, les seves inquietuds i el seu camí per arribar on són ara. L'Espai FAAOC va ser l'escenari d'un bon nombre de professionals del sector, que van aportar al saló històries de superació, de coneixement i de creixement en un entorn creatiu i vocacional com és el de l'artesania.

Sota el títol “Històries Artesanes”, la Federació d'Associacions d'Artesans d'Ofici de Catalunya (FAAOC) va organitzar per primer cop aquesta activitat, posant a disposició dels artesans un espai per poder explicar al nombrós públic assistent que va passar pel Born Centre Cultural quina és la seva història, la seva vocació i els productes que comercialitza. D'aquesta manera, els assistents van poder veure de primera mà que l'artesà no és aquell romàntic que es dedica a oficis antics i abocats a la desaparició, sinó que es tracta d'una professió ben viva i amb molta projecció, amb unes línies de

negoci innovadores i donant resposta a una necessitat clara de mercat.

Aquest és el cas d'Óscar Espinós qui, una mica per atzar i gràcies a la gran capacitat d'adaptació d'aquest artesà especialista en cuir, va trobar mercat en una àrea molt concreta: la creació de fundes per a instruments tradicionals i la recreació de vestits històrics, com l'època romana, en la qual el cuir era protagonista.

Segons va explicar el fundador de l'empresa Artesania en Cuiro, la casualitat el va dur a dedicar-se a aquest ofici:

“Jo el que tenia molt clar és que volia fer treballs manuals, però no sabia ben bé cap a on orientar els meus estudis”. Espinós va mirar les opcions de Formació Professional que tenia a l'abast en aquells moments, ja fa més de 30 anys, i va veure que “la de la pell era la més manual que hi havia”. Dels 20 alumnes que van ser amb ell a l'aula, només ell havia marcat aquella formació com a primera opció.

Espinós va iniciar la seva professió a una empresa de reparació de calçat, però després del servei militar va decidir obrir el seu propi taller a Móra

Setmana d'Artesania de Catalunya



Productes d'alguns participants a Històries Artesanes. D'esquerra a dreta: Dolors Just, Teresa Pallarès i Esperança Cases.

d'Ebre, un municipi amb molts més habitants que el seu poble de naixement, Pinell de Brai. "Llavors em va semblar prou gran, tot i que si pogués tirar enrere, ho hauria fet en un altre municipi amb molt més volum de clientela", va explicar.

Però el fet d'intentar subsistir en un petit municipi el va fer potenciar una habilitat: la versatilitat. A més de reparació de calçat, Espinós va haver de diversificar el seu negoci, oferint també objectes de regal, joieria amb pell, actualització dels estris tradicionals, guardioles fetes amb cuir..., així com la creació de calçat. "Vaig començar a fer calçat, però no disposo d'estoc: fabrico uns models i després els faig a mida, en funció de les necessitats i gustos del client", va afegir, tot destacant les sandàlies com el producte estrella de la línia, "perquè és més vendible, més econòmic". A més, Espinós fa al seu

taller demostracions d'ofici i tallers per als més menuts.

Però si la seva empresa destaca per alguna cosa és per dues línies de negoci que la fan especial i demostren l'habilitat d'adaptació de l'artesà. D'una banda, la creació de fundes per a instruments tradicionals, que va sorgir d'una comanda d'un grup de grallers de Móra d'Ebre. "Arrel d'aquest repte, que em va sortir bé, se m'ha obert un món molt ampli i divers, i és el producte que em funciona millor per Internet", va assegurar.

D'altra banda, "com que no sé dir que no", Espinós va introduir-se en el món de les reconstruccions de peces històriques, tant pel que fa a calçat com a cascos, armadures i bosses de l'època, sobretot romana. I és que, segons aquest artesà, "els reptes són la base de l'ofici i, si t'agrada treballar una tèc-

nica, sempre mires de no estancar-te, de fer coses diferents".

El valor de la personalització

Una altra de les participants, Núria Torrente, és un exemple de reinvençió davant els canvis. La crisi va fer canviar el mercat de la joieria però, lluny de perdre l'empenta, es va adaptar a les noves circumstàncies, descobrint un aspecte que per a ella ara és determinant: el contacte directe amb el client.

A Núria Torrente sempre li havia agradat tot el tema artesà i artístic però, per desconeixement d'altres opcions, només creia que podia assolir una professió al respecte a través de la carrera de Belles Arts, on no va poder accedir. Això la va portar, tal com va explicar, a estudiar Història de l'Art, on va descobrir que allò li agradava però no l'omplia. Per això, cercant alguna formació més d'ofici, va anar a parar a la Fundació Centre del Vidre de Barcelona, on es va formar en els cursos de Restauració, Creació de Vitralls i Disseny per a l'Arquitectura. "Allà vaig descobrir el vidre, un material i un ofici que enganxa molt", va assegurar.

En el seu petit forn de vidre, on feia alguns encàrrecs de vitralls, va començar a fer-se petites joies d'aquest material per a ella mateixa, però "com que a la gent li agradava molt, em vaig començar a plantejar el fet de comercialitzar-ho", va afegir. Un embaràs complicat i la decisió de quedar-se a casa per estar amb la criatura, ara fa 13 anys, li va permetre experimentar més en aquesta línia i, finalment, dedicar-s'hi. D'aquí sorgeix Nutopia.



Núria Torrente, de Nutopia.

Però Torrente encara experimentaria un altre gran canvi a nivell professional. Amb la crisi, “vaig veure que la forma de comercialitzar abans els meus productes, ara no funcionava”. Fins a aquell moment, la vidriera havia tractat majoritàriament amb distribuïdors, participant a les principals fires de mostres, que permetien introduir els seus productes a les botigues. “Feia col·leccions i no tractava amb el client final, cosa que ara és per a mi determinant”, va assegurar. En l’actualitat, i gràcies a les noves tecnologies, la relació amb els clients és bàsica, i el seu negoci es basa en la personalització de les peces. A més, segons Torrente, “la crisi va propiciar un canvi de mentalitat en el consumidor, i ara la gent valora més les peces úniques i fetes aquí”.

Per a ella, una de les coses més importants d’aquesta nova etapa és que “formo part d’històries molt boniques, ells m’expliquen la seva història i em demanen una joia que serveixi com a record d’aquell moment preciós”. A més, “em trobo amb l’agraïment de la gent, que s’emociona molt amb la peça que els he creat perquè aquella joia els ha tocat, cosa que a mi m’omple”.

D’entre les col·leccions que Torrente ha fet, en va destacar dues per la seva implicació emocional. D’una banda, la col·lecció Mimar, unes peces que incorporen dins sorra de la platja de Calella de Palafrugell, lloc que li aporta records d’infantesa. De l’altra, la col·lecció Maktub, amb frases de Paulo Coelho, concretament del llibre *El alquimista*, que té un argument que li recorda a la seva pròpia història artesana: al llarg del llibre, el protagonista, en la recerca del seu objectiu de vida, va donant voltes per tot el món, per arribar al final al costat d’on era al principi. “Però havia de donar totes aquelles voltes per trobar-ho, era necessari, i ara que jo he fet tot el camí, he volgut fer peces que ho commemoressin”, va concloure.

L’artesana del benestar

A l’Espai FAAOC vam poder gaudir d’un altre tipus d’artesania, que prové d’arts ben antigues i que ara tornen a estar en auge: l’herboristeria. Teresa Pons, una



Teresa Pons ha estat reconeguda com a mestra artesana en herboristeria.

de les reconegudes amb el diploma de mestre artesà d’enguany, ens va explicar com han estat els més de 35 anys de trajectòria en aquest àmbit.

Fitoterapeuta i assessora en dietètica i nutrició, Pons és una artesana en el camp de l’herboristeria i la cosmètica natural, amb un establiment propi a Mollet del Vallès, Centre Dietètic Teresa Pons. Malgrat que “ara ningú dubta dels beneficis dels productes naturals, biològics, lliures de paravents i pesticides, i que no hagin estat testats amb animals ni amb tractaments transgènics”, Pons va recordar que els inicis en aquest sector, durant la dècada dels 70, no van ser fàcils. “Costava molt que es reconegués tot el bé que pot aportar l’aplicació de productes i teràpies naturals a la prevenció i millora de la nostra salut, érem considerats poc menys que intrusos o farsants”, va explicar.

Segons l’artesana, va tenir la sort de comptar amb la confiança de moltes persones que, més que per comprar un producte, “venien a la botiga cercant el consell i assessorament per algun problema referent a la seva salut”. Una demanda que la va fer anar més enllà, ja que “els meus clients han estat sempre el motor del meu esforç diari per trobar el millor remei per prevenir o millorar algun dels seus malestars”.

Així, va començar a estudiar cada producte i a investigar, fins a l’obtenció de “les formulacions que eren millors per fer front a determinats problemes de salut”, va recordar Pons, de tal manera que “vaig començar a tenir productes de la meua pròpia patent”.

L’herbolària, que tot just ara comença a vendre els seus productes també per Internet, es sent molt afortunada amb una feina que li permet “ajudar a d’altres persones, treballant amb tota la meua família i sense perdre la idea de qualitat, confiança i innovació”.

Darrerament ha començat a comercialitzar complements per a nens i joves amb Dèficit d’Atenció i/o Hiperactivitat (TDAH), així com productes de cosmètica natural: “Vaig triar un bon Aloe Vera que, combinat amb oli de rosa mosqueta, col·lagen, àcid hialurònic i d’altres principis actius naturals, configuren cinc tipus diferents de cremes que, us garanteixo, m’han mantingut jove!”, va exclamar.

L’activitat va comptar també amb la participació de Dolors Just, teixidora ubicada al barri de Gràcia de Barcelona; Teresa Pallarès, cerera; Roser Oter, ceramista; i Esperança Cases, perfumista i propietària del taller artesà de perfum natural El Jardí Secret. ■

«El punt d'ironia present als dibuixos ha estat clau per a l'èxit»



Roser Capdevila Il·lustradora

Nascuda a Barcelona l'any 1939, una de les il·lustradores més internacionals del nostre país i creadora dels populars dibuixos *Les Tres Bessones* ha estat reconeguda amb el diploma de mestre artesà. Capdevila compta amb una bibliografia de més de 300 títols, publicats a diferents països. Ha estat traduïda del català a totes les llengües majoritàries, lluitant sempre per un estil personal que avui és un referent. Sense perdre el seu caràcter proper, assegura que, després de 25 anys dedicant-s'hi, tot just acaba de donar per finalitzada la seva carrera professional.

Després de tants reconeixements com la Medalla d'Honor del Parlament de Catalunya, la Creu de Sant Jordi, la Medalla Francesc Macià, la de Belles Arts que atorga el Rei... Què suposa per a vostè la distinció pel seu mestratge? M'ha fet molta il·lusió, com la resta de premis, perquè això vol dir que hi ha algú darrere que ha pensat en mi, i això sempre m'emociona. La veritat és que em sento molt premiada, molt reconeguda, no m'ho hagués pensat mai. I com a petita forma d'agraïment de tot el que he rebut del meu país, he donat tot el meu llegat original, uns 3.500 dibuixos, a la Biblioteca de Catalunya.

Quan va començar a il·lustrar professionalment, ¿creia que una professió com la de dibuixant podria obtenir tants reconeixements?

No, jo és que dibuixant he gaudit molt, he estat molt feliç. Sempre dic que em sento com un peix dins l'aigua en aquesta professió. El fet de poder expressar tot el que m'ha passat pel cap és molt important, em diverteixo i a la vegada em guanyo la vida. Tot i que és ben cert que ara hi ha molta crisi per als il·lustradors.

Però estic d'acord que al nostre país no és massa habitual tenir èxit si ets il·lustrador. A part de mi, a Catalunya tenim la Pilarín Bayés, molt vinculada a la revista *Cavall Fort*, que també ha estat molt reconeguda.

Com era considerat en els seus inicis que un nen passés el temps fent dibuixos?

La família em deia que jo he dibuixat sempre, des de ben petita. Era una nena de postguerra, i dibuixava a les vores de *La Vanguardia*, que llavors es deia *La Vanguardia Obrera*, i a tot espai que veia lliure. A l'escola també dibuixava a tot arreu, i els professors em deien que estava perdent el temps. En

aquella època, dedicar-se al dibuix, la música o la cultura era perdre el temps. Recordo que la meua mestra sempre em castigava, però això em va servir d'inspiració. Posteriorment la convertiria en la Bruixa Avorrida.

Com va decidir dedicar-s'hi professionalment?

Una mica de casualitat. Jo dibuixava sempre, feia estampats i havia fet algunes cosetes. I un dia, quan ja tenia les nenes, em van trucar de l'Editorial Teide per si estava interessada en fer una prova per dibuixar *El llibre de les bèsties*, i des de llavors ja no he parat mai més.

Però l'èxit li arriba amb la creació dels dibuixos de *Les Tres Bessones*...

Sí, *Les Tres Bessones* van ser molt importants, tot i que jo ja portava una trajectòria llarga fent llibres. L'any 1983, aquests dibuixos van començar a publicar-se amb l'Editorial Planeta i el 1990 em van venir a buscar de l'empresa Cromosoma per fer la sèrie de dibuixos animats. Paral·lelament, vaig estar fent sèries també a França i al Japó i, la veritat, va ser una època de la meua vida que no sé ni com vaig aguantar, una època trepidant.

Què hi ha de les seves filles trigèmies en els personatges?

Físicament res, perquè entre elles no s'assemblen. Però tenen el mateix nom i, amb la Mercè Company, vam destacar de cadascuna d'elles un aspecte del seu caràcter. L'Anna és la romàntica, la Teresa l'aventurera i l'Helena la que sempre té gana. Però ara, amb 44 anys que ja tenen i set fills entre les tres, això ha canviat totalment. Per exemple, l'Helena ara és la més prima i la que menja menys.

L'obra ha estat traduïda a més d'una trentena de llengües, amb capítols que recreen llegendes catalanes, personatges com Gaudí i llocs i edificis emblemàtics de la nostra geografia catalana. Es considera ambaixadora de la història i la cultura catalanes?

Ja m'agradaria. Però bé, la veritat és que durant set mesos he tingut una exposició de la meua obra al Palau Robert de Barcelona, i ara està a Girona fins



al mes de febrer, quan marxarà cap a Brussel·les, després a la Seu d'Urgell i d'allà a Madrid, on estarà mig any més.

Sí que és cert que gràcies als dibuixos, la gent ha conegut històries i llegendes de Catalunya, però també històries d'altres països com Buffalo Bill, els samurais, contes russos... Crec que el secret és que els nens veuen sempre històries properes del seu país dins el seu entorn.

Quina creu que és la clau del seu èxit com a il·lustradora?

Jo crec que sempre he tingut un punt d'ironia, i els meus dibuixos diverteixen. Sempre hi ha algun detall que fa somriure al nen.

Com ha canviat la professió des que va començar?

Ha canviat molt, les tècniques són molt diferents i m'he hagut d'anar adaptant. Ara treballo amb l'ordinador i amb el llapis sense fils, i és maco, però a mi el que m'agrada més és la calidesa del paper, del llapis, del pinzell...

No fa ni un mes que vaig entregar l'últim treball, amb el qual ja he decidit jubilar-me, fet digitalment. Es tracta d'un cartell del cava de Sant Sadurní, que suposo que sortirà a finals de setembre. Paral·lelament també he fet un *video mapping*, que es projectarà per La Mercè a la façana de l'Ajuntament

de Barcelona, amb motiu de l'agermanament entre els municipis de Barcelona i Estocolm i on participem cinc il·lustradors suecs i cinc de catalans. Això ha estat tot un repte, i també ho he fet amb ordinador.

Li va costar molt adaptar-se al llapis digital?

No, el vaig començar a fer servir quan estava a Cromosoma, envoltada de gent jove, que em va animar. La veritat és que hi ha uns programes increïbles. Per fer segons què, l'ordinador és una gran eina. Però el paper no s'ha d'oblidar, l'important és saber utilitzar ambdues tècniques de treball.

Però la seva tasca artesana no es limita a la il·lustració. Quines possibilitats té el cartró per a vostè?

Moltes, jo veig un tros de cartró i m'imagino creacions. Faig caixes que utilitzo com a embolcalls de regals, he fet teatrins, mons de fantasia, casetes en miniatura, maletes...

Què pensa de la situació de l'artesania en l'actualitat, amb la globalització i la proliferació de productes industrials?

Jo penso que es torna a valorar, tot i que hi ha hagut temps en què s'ha menyspreat. Però crec que tant *made in China* i tanta carrincloneria han fet que la gent vulgui tornar als orígens. Hi ha molts artesans que estan fent coses molt interessants. ■



Reconeixement al mestratge de 42 artesans

La Setmana d'Artesania de Catalunya va encetar, per tercer any consecutiu, amb la celebració del mestratge dels nostres artesans. El Palau de la Generalitat va ser de nou l'escenari escollit per a la cerimònia d'entrega del diploma de mestre artesà, que va reconèixer un total de 42 artesans catalans, en un acte presidit pel president Artur Mas i amb la presència del conseller Felip Puig; el secretari d'Empresa i Competitivitat, Pere Torres; el director general de Comerç, Josep Maria Recasens, i el gerent del CCAM, Miquel Rodríguez.

Artur Mas va voler iniciar l'acte agraint la tasca de tots els mestres artesans d'arreu del país, perquè "no només ajuden a mantenir vius els oficis, amb un caràcter molt innovador, sinó que a més contribueixen a la reactivació econòmica del país".

El president va voler remarcar "l'exemple positiu de cara al país" que representen persones com els mestres artesans i que "entronca amb un dels pilars d'allò que ha estat tradicionalment Catalunya: un país de persones d'ofici i de

tècnica". "Una trajectòria com la vostra no es pot improvisar, és fruit de molta constància, voluntat, esforç, tècnica i també de molta estima i compromís per allò que feu", va destacar, afegint que les professions que arriben a dalt de tot "representen un referent i inspiració per a moltes altres persones".

Els diplomes

Amb aquestes distincions, la Generalitat de Catalunya –mitjançant el CCAM, ens adscrit al departament d'Empresa i Ocupació– vol reconèixer la trajectòria professional dels artesans catalans i el seu mestratge. Per obtenir el diploma de mestre artesà cal comptar amb una experiència de més de 15 anys de professió i destacar en aspectes com la potenciació de l'ofici, la formació i la incorporació de disseny i innovació al procés artesanal.

Com en edicions anteriors, els diplomes de mestre artesà van comptar amb la col·laboració directa de diversos artesans. D'una banda, el paper en què s'han imprès els diplomes ha estat confeccionat per la mestra artesana

Victòria Rabal, del Museu Molí Paperer de Capellades. Es tracta de paper fet a mà, a base de fibres de cotó i lli (250g/m² blanc i barbes als quatre costats). En el paper apareix una marca a l'aigua de l'escut de la Generalitat ampliat, en forma de filigrana. D'altra banda, la insígnia que es lliura a cadascun dels guardonats i que acompanya el diploma, sorgeix d'un concurs que es realitza entre els alumnes de les escoles d'arts i oficis i de disseny de Catalunya que imparteixen un grau superior en Joieria i l'escola del Col·legi de Joiers de Catalunya (JORGIC). La guanyadora d'aquesta vuitena edició del concurs va ser Carolina Pateiro, alumna de joieria de l'Escola Municipal d'Art Arsenal de Vilafranca del Penedès. La insígnia, "Canvi Constant", simbolitzava una eina present en el món dels oficis i es va valorar la seva proposta lúdica mitjançant la interacció, la referència a la mesura i la proporció àuria.

La capsa on es va presentar aquesta insígnia va ser dissenyada per Olga Cantalosella, alumna de gràfica publicitària de l'escola Arsenal, i elaborada al taller artesà ARAPDIS. ■

BARCELONA

Barcelonès:

Benjamí Álvarez i Llano. Fonedor. Per la seva llarga trajectòria en formació, una extensa tasca divulgativa de l'ofici i la realització de múltiples exposicions nacionals i internacionals.

Begoña Cabero i Diéguez. Enquadernadora. Per la seva trajectòria professional i pels excel·lents treballs de restauració de peces antigues duts a terme.

Roser Capdevila i Valls. Dibuixant, Il·lustradora. Per ser una de les il·lustradores catalanes més reconegudes internacionalment i per la seva revolució en el món de l'il·lustració, creant un estil propi i personal, amb 300 títols publicats a diferents països.

Jordi Catafal i Rull. Gravador, llevat del xilògraf. Per la seva important tasca divulgativa i pedagògica i pel seu impuls decidit del coneixement de les diferents tècniques del gravat.

Yolanda Fortes i Picas. Maquilladora. Per la seva llarga tasca formativa en la transmissió del coneixement de l'ofici, amb prop de 800 persones en la seva trajectòria.

Matilde Grau i Armengol. Escultora i Ceramista. Per la seva important tasca expositiva i formadora i de difusió de la ceràmica en el camp de l'escultura i l'art contemporani.

Francesc Hernández i Collado. Sabater. Per la incorporació de noves tecnologies a l'ofici i la combinació d'innovació, tradició i estudi en la reparació i adaptació de calçat especial.

Victòria Ibars i Pallàs. Ceramista. Per la seva llarga trajectòria professional i la conceptualització de disseny i materials per fer peces que acaben esdevenint joies.

M. Yolanda León i Moreno. Esmaltadora. Per la seva cerca continuada de formes i colors en el disseny de col·leccions i per la transmissió dels seus coneixements sobre l'esmalt a les persones que té sota la seva responsabilitat.

M. Àngels López i Marcos. Cosidora. Per la seva llarga trajectòria formativa i pel desenvolupament de noves tècniques per facilitar l'elaboració de peces de roba i pell.

Gemma López i Yuste. Joiera. Per la seva recerca i innovació de tècniques i conceptes més enllà del seu ofici i la recuperació de textures tradicionals per aplicar en creacions contemporànies.

Yukiko Murata. Ceramista i Vidriera. Per la seva aportació de nous conceptes, usos i materials en la ceràmica i el vidre, amb una extensa tasca d'investigació dels materials.

Karim Oukid i Ouksel. Joier. Per la recuperació de tècniques antigues de la cultura bereber i la incorporació de nous materials i dissenys, sense perdre la seva essència tradicional.

Agustí Térmens i Molins. Pessebrista. Pel seu llarg recorregut professional, amb aportacions a l'ofici com la recerca i introducció de nous materials menys pesants i estudis sobre perspectiva.

Anna Vilafranca i Aldomà. Teixidora. Pel seu llarg recorregut de mestratge i per la combinació de diferents tècniques per a l'elaboració de tapissos, aplicades també en l'elaboració de roba.

Baix Llobregat:

Albert Blancafort i Engelfried. Orguener. Pel seu profund domini de l'ofici i per haver contribuït a la filosofia de la democratització de l'orgue, dotant-lo d'avançats sistemes tecnològics, amb creacions seves arreu del món.

Nadia Faus i Lorente. Estampadora tèxtil. Per la seva extensa activitat creativa amb inquietud constant pel disseny, noves tècniques i matèries.

Vallès Occidental:

Marina Grafeuille. Fabricant de productes afins i complements tèxtils. Per la innovació aplicada a l'ofici, amb la utilització de nous materials nobles amb mescla de diferents fils que transmeten una gran elegància.

Laura Jener i Roca. Joiera. Per la seva extensa tasca divulgativa de l'ofici i l'experimentació de noves tècniques i materials en les seves creacions.

Manel López i Sánchez. Modelista naval. Per la seva extensa trajectòria i profund coneixement del modelisme

naval, en el que executa amb excel·lència la reproducció de tot tipus de vaixells.

Josep Marín i Hernández. Modelista naval. Pel seu ampli coneixement de les construccions nàutiques a escala, amb reproduccions fidedignes i innovacions tecnològiques aplicades a la navegació dels seus models.

Antoni Sazatornil i Ribas. Pessebrista. Per la seva extensa i excel·lent trajectòria professional i de mestratge, amb aportacions conceptuals i innovadores en l'elaboració de pessebres i diorames.

Vallès Oriental:

Ricard Mira i López. Escultor. Per la seva gran capacitat creativa i divulgativa, amb una excel·lent utilització del ple i del buit en el treball de metalls.

Teresa Pons i Vila. Herbolària. Per la seva llarga trajectòria professional, amb investigació i creació de noves formulacions i amb la difusió de les fórmules obtingudes a d'altres professionals.

Enrique Sanz i Bascuñana. Fabricant de perfums o cosmètics. Per l'excel·lència reconeguda en el seu àmbit, la recuperació de formes antigues d'elaboració i la docència oberta de les seves tècniques.

Alt Penedès:

Núria Mas i Giralt. Modista. Per la seva extensa tasca formativa en diverses especialitats i la creació de sinèrgies en diferents oficis per a la creació de models.

Maresme:

Salvador Munrabà i Valls. Vitral·ler. Pel seu llarg recorregut formatiu i divulgatiu del vitrall, amb una important tasca d'investigació per millorar-ne la transparència al màxim nivell.

Joan Serra i Carbonés. Ceramista. Per la innovació conceptual que acompanya la seva creació, amb recerca continuada de la geometria mitjançant formes poliedriques, i una gran potència en la recerca de noves maneres d'expressió ceràmica.

GIRONA

Gironès:

Joan Quintana i Puigdevall. Rajoler. Per la llarga trajectòria professional, les aportacions tècniques aplicades per millorar el desenvolupament de l'ofici i la qualitat dels productes finals.

La Selva:

Antoni Barceló i Moreno. Miniaturista. Per la realització de miniatures inusuals, anant més enllà de les miniatures de vaixells dins d'ampolles, destacant-ne els pessebres.

Joan Comas i Comajoan. Tallista. Per la seva trajectòria i la seva participació en la fundació de l'Escola de Belles Arts de Sant Hilari, de la qual va ser director i professor.

Alt Empordà:

Pere Giró i Bosch. Carrosser i Planxista, vehicles motor. Pel seu excel·lent domini de l'ofici i el desenvolupament de maquinària i instruments per a diverses utilitats.

Baix Empordà:

Jaume Rulduà i Ros. Ceramista. Per la seva àmplia trajectòria professional i formativa, en la qual destaca l'aportació en el manteniment de tècniques tradicionals combinades amb recerca i modernització.

Garrotxa:

Joan Montero i Arcas. Escultor i Tallista. Pel seu excel·lent domini de l'ofici i una brillant tècnica escultòrica, modernitzant les tècniques i eines pròpies de l'ofici.

TARRAGONA

Tarragonès:

Esteve Coll i Gelabert. Pessebrista. Per la seva llarga trajectòria professional i de mestratge, amb investigació per a l'ús de nous materials reciclats i elaboració de tècniques pròpies de perspectiva.

Joan Parés i Sunyé. Fuster. Pel seu recorregut formatiu i per la recerca de noves tècniques i materials d'altres

llocs del món, treballant aspectes com la curvatura en una mateixa peça.

Baix Camp:

Rosa Colom i Prats. Puntaire. Per la seva llarga trajectòria formativa i divulgativa del món de la punta, per la utilització de fils metal·litzats i vidre per a la creació de noves peces.

CATALUNYA CENTRAL

Bages:

Albert Vall i Martínez. Escultor. Per la seva extensa trajectòria formativa i divulgativa de l'ofici, amb reconeixement del seu treball i obra pública i privada arreu del món.

Berguedà:

Josefina Vilajosana i Carné. Ceramista. Per la seva gran tasca divulgativa de la micologia a través de la ceràmica, amb reproduccions fidedignes dels fongs i d'altres elements quotidians d'alimentació.

LLEIDA

Segrià:

Hortensi Solsona i Figols. Joier. Per la seva tasca divulgativa de la joieria catalana i la recerca de nous materials per a l'elaboració de peces de joieria, participant en nous conceptes formatius.

Noguera:

Nèlida Gomà i Fontanet. Brodadora. Per la seva extensa tasca de difusió del seu ofici i de transmissió del coneixement en les comarques de Lleida.

Urgell:

Jordi Martí i Castellà. Picapedrer. Pel desenvolupament de la geometria descriptiva o estereotomia i la utilització de la talla per plans geomètrics aplicada a peces escultòriques.

«L'orgueneria catalana ha de sortir i obrir-se a nous mercats»



Albert Blancafort Mestre orguener

Seguint les passes del seu pare, que va començar l'activitat cap a 1960, Albert Blancafort dirigeix des de 1998 el tradicional taller d'orgues de Collbató, Blancafort Orgueners de Montserrat. Acaba de ser guardonat amb el diploma de mestre artesà, un reconeixement "a una tasca molt gran i un gest per part de l'Administració que t'anima a continuar per aquest camí", explica. El mestre orguener, que també ha participat a la Llotja de Negocis de The CraftRoom, creu necessari regular la formació d'un ofici tan complex com el seu, considerat un "ofici d'oficis" per la quantitat de disciplines que s'hi engloben.

De petit volia ser arquitecte. Per què va decidir seguir els passos del seu pare?

El meu pare, el conegut constructor d'orgues Gabriel Blancafort, mai em va convidar o obligar a ser orguener. Però sí que em va deixar la porta una mica oberta, fet que va propiciar que, amb 17 o 18 anys, fes unes pràctiques al taller i descobrís que això m'agradava molt, decidint d'aquesta manera continuar amb l'ofici del meu pare.

La construcció d'un orgue porta uns dos anys de treball i inclou moltes disciplines dins l'ofici. Quines serien?

Sempre diem que el nostre ofici és en realitat un ofici d'oficis. Per construir un orgue es necessita, en primer lloc, una persona que faci els plànols i els càlculs d'enginyeria, uns fusters que construeixin la caixa i l'estructura, uns altres treballadors per als mecanismes, els tubs, la música... I darrere hi ha un mestre orguener que dibuixa i concep el projecte i un mestre harmonitzador que s'encarrega de l'harmonització de l'instrument i l'afinació dels tubs.

En definitiva, un orgue té uns mecanismes molt precisos i no hi ha cap ofici que sigui més important que un altre, es complementen. Si alguna cosa de la cadena falla, incideix sens dubte en el resultat. Per exemple, una caixa mal feta pel fuster pot fer que l'orgue sigui inestable i la mecànica no funcioni bé.

És un dels oficis més complexes?

Efectivament, es tracta d'un ofici que, per la seva extensió, és complex i necessita molta formació. A països com Alemanya, amb un aprenentatge ben regulat, a diferència d'aquí, un orguener primer s'ha de formar durant cinc anys a la universitat o a l'escola de construcció d'instruments i, després, fer uns altres estudis per al títol de Mestre Orguener. Sense això, no poden construir instruments pel seu compte.

I aquí com es resol el tema de formació?

De pares a fills, bàsicament, o fent d'aprenent a un taller. Això ha estat així des del segle XV i continua d'aquesta manera, perquè no tenim una formació professional que reguli els estudis d'accés a l'ofici. Pensa que parlem d'un mercat molt petit. Per tant, el que fem és formació al propi taller, alternada amb estades a l'estranger, i la part teòrica, de forma autodidacta. Una formació finançada completament pels propis tallers. Crec que s'hauria de trobar una altra manera, ja que hi ha molt jovent que estudiaria l'ofici de luthier però que no ho fa per desconeixement.

I com creu que es podria fer?

Es podria plantejar a l'Administració, a l'àrea d'Ensenyament, una formació similar a la d'altres països, que combinen teoria i pràctica en formació professional, de tal manera que aquests alumnes que es vulguin dedicar a la construcció d'instruments puguin, paral·lelament als estudis, signar un conveni amb l'empresa per començar a treballar i que complementaria la formació.

El taller Blancafort ha construït més de 150 orgues en 50 anys d'història. De quines obres n'esteu més orgullosos?

Això és com preguntar a un pare de quin fill n'està més orgullós. Cada projecte té la seva qualitat, la seva gràcia, tot i que, evidentment, hi ha instruments que, per història o situacions, els fan més destacables. Aquest seria el cas de la restauració de l'orgue de la Catedral de Barcelona, de 1540, o el de la Basílica de Montserrat, epicentre cultural i organístic de Catalunya, o el de la Sagrada Família, pel que representa. Però també destacaria orgues nous molt avantguardistes, que segueixen més la línia dels que construïm ara.

Què s'ha de tenir en compte quan s'inicia un projecte d'aquest tipus?

En primer lloc, l'ús que se li vol donar. Hi ha orgues que serveixen per acompanyar cants, d'altres per acompanyar orquestres, d'altres més dirigits a concerts... Després és molt important l'espai, l'acústica del lloc i la grandària de què disposem per col·locar físicament l'instrument. Tot això determina el projecte i com serà en el futur.

El taller és a Collbató, primera localitat de tota la península en fabricar orgues...

Tot comença l'any 1925, quan s'estableixen uns orgueners italians a Collbató per construir l'orgue de Montserrat. El mateix monestir va fomentar que ens quedéssim a la zona, prop de la muntanya, i el negoci va recaure en la família Rogent. Més tard aquest taller cau en declivi, moment en què entra en escena un nou orguener que se'n va a Europa a aprendre noves tècniques, el meu pare. Gabriel Blancafort va prendre el relleu, fent una gran feina amb orgues desapareguts a causa de la Guerra Civil.

Què pensa de l'esforç de Collbató per fer dels orgues un ganxo turístic?

Està bé, ja que és una de les coses que defineix Collbató. L'Ajuntament ha posat en marxa un espai temàtic, "L'espai dels orgueners", destinat al públic visitant i a les escoles, on veuen com es construeix un orgue, complementat amb una visita a l'església i al nostre taller. Això serveix tant per promocionar Collbató com la nostra activitat.

En ser un ofici tan complex, compteu amb poca competència?

A l'Estat espanyol només hi haurà una mitja dotzena de tallers com el nostre, tot i que d'un temps ençà estan venint també orgueners europeus per fer instruments al nostre país. La competència, per tant, ha anat cap a la europeïtzació i, de la mateixa manera que ells vénen, nosaltres també podem sortir.

Hi ha doncs bones perspectives a nivell internacional?

Sí, ens hem d'obrir a d'altres mercats. De fet, nosaltres ens estem movent per Sud-Amèrica, concretament al Perú, on hem restaurat un orgue de la segona catedral més important del país, i estem en converses amb la catedral de Lima. També és interessant l'antiga Unió Soviètica, territori amb una activitat econòmica molt important en l'actualitat, que sempre va lligada a l'activació cultural de tota mena.

Què pensa de l'espai Llotja de Negocis de The CraftRoom, on ha participat?

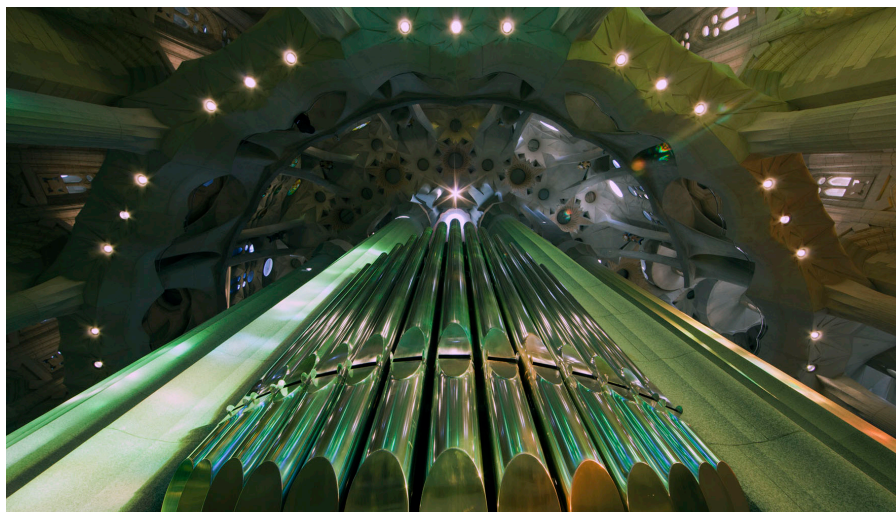
És una idea molt bona, posar a la vista de tothom tota una sèrie d'actius que tenim al país i que el gran públic pugui conèixer-los. Hi ha molta gent jove treballant en aquest sector i renovant les tradicions, i s'ha de mostrar.

Vostè és membre de la FAAOC. Per què creu que és important l'associacionisme en el sector artesà?

Perquè d'aquesta manera tenim entre nosaltres una comunicació i podem compartir problemes i experiències. Pertànyer a la FAAOC et dona la possibilitat de presentar-te a la societat i a l'Administració com un col·lectiu viu i amb una sèrie d'aportacions.

Quin és el futur que veu per a l'orgue i per a la seva professió?

Té moltíssim de futur, perquè l'orgue és l'únic instrument que pot sonoritzar els gran espais, i això no es pot substituir de cap manera amb altaveus. I si la necessitat de l'orgue existeix, és evident que la nostra professió també existirà. ■



Setmana d'Artesania de Catalunya



Itàlia, país convidat a The CraftRoom

La passada edició del saló The CraftRoom va comptar amb Itàlia com a país convidat. L'artesanía italiana, que va disposar d'un estand propi i en el qual va participar el Centre d'Artesania de la Toscana, va tenir l'oportunitat de presentar al públic visitant els projectes d'artesanía contemporània i de col·laboració entre artesanía i disseny que estan treballant. De la mateixa manera, també van poder fer venda d'una selecció d'aquests productes.

D'altra banda, els representants italians van ser convidats a visitar les escoles Massana i Llotja, així com el Poble Espanyol, amb una gran tradició artesana, i van poder reunir-se amb els directors de les tres entitats. També van poder gaudir d'una visita guiada per la Ciutat dels Artesans del Poble Espanyol i van reunir-se amb el gerent del CCAM, Miquel Rodríguez, i el cap de l'Àrea d'Artesania del CCAM, Xavier Villas, per tal de tractar diferents temes i col·laboracions. ■

Taller de Cut Tshirt a l'Espai FAAOC

D'entre les activitats paral·leles programades a The CraftRoom, que es duen a terme a l'Espai FAAOC, es van realitzar durant el matí de dissabte dia 12 de juliol dos tallers de Cut Tshirt, a càrrec de la jove dissenyadora Marina Díaz Giménez.

Aquesta activitat, organitzada pel Centre de Documentació i Museu Tèxtil, va tenir molt d'èxit entre els més menuts. La finalitat era transformar una samarreta bàsica en un disseny únic i especial a partir de l'encunyat artesà, una tècnica inspirada en les garlandes de paper i molt actual en artistes com Yulia Brodskaya, Bovey Lee i Peter Callesen, entre d'altres.

Els participants només van haver de portar una o dues samarretes bàsiques de punt o lycra o demanar-ne a l'estand del Gremi Artesà Tèxtil de Catalunya. ■



Llotja de Negocis 2.0

L'Espai FAAOC també va ser l'escenari d'un interessant debat entre els participants a la Llotja de Negocis, tots ells d'empreses punteres del sector i que necessiten la interacció amb altres sectors professionals per a la seva activitat.

En aquest sentit, es va parlar de la necessitat d'una eina 2.0 que fomenti aquesta interacció, que serveixi de punt de trobada entre aquestes empreses i el seu públic potencial, com poden ser arquitectes, decoradors, interioristes, etc.

Aquesta eina, que es treballarà des de la FAAOC, incorporaria continguts interessants del sector i fomentaria la interacció a temps real entre els seus *stakeholders* o grups d'interès a través de les xarxes socials. ■



Demostració d'ofici, amb Manel Diestre

Les activitats de l'Espai FAAOC del matí de diumenge es van centrar en la demostració d'ofici, que enguany estava a càrrec de l'Associació de Ceramistes de Catalunya.

Manel Diestre, mestre ceramista i un dels artesans que han fet possible la remodelació del Recinte Modernista de l'Hospital de Sant Pau, va mostrar al nombros públic assistent que es va interessar com es duia a terme la decoració de rajoles modernistes mitjançant la tradicional tècnica de la trepa. ■

OFF Setmana

D'entre les activitats paral·leles organitzades en el marc de la Setmana d'Artesania de Catalunya d'enguany, relacionades amb l'artesania al nostre país, destaca l'exposició realitzada a la seu d'Artesania Catalunya.

En la mateixa, el Departament d'Ensenyament de la Generalitat va mostrar gràficament una selecció dels projectes finals de les escoles d'art i disseny de Catalunya. ■



Participants a The CraftRoom

Venda directa: ADECERAMICA • ART FAIG • ARTESANIA EN CERA D'ABELLA • ARTESANIA EN CUIRO OEA • BAMBOO BIKES BARCELONA • BENETTI BARCELONA • C. MENÉNDEZ • CARMÉ VICENS • CERÀMICA ROSER OTER • CERÀMIQUES EMILI MATAS • CHARNELA EN QUADERNACIÓ • CIRE • CREACIONES PIMFA • DAVILASERRA • EDUARD PEY • EL JARDÍ SECRET • ELISENDA SANTACREU JOIES • ESPARDENYES SOLER • GEMMA LÓPEZ • IVET BAZACO • JOAN ROVIRA JOIES • JOVÉ TÈXTIL • KIMU • LLEVALL & ELIES • LUDOJOC • M. DOLORS - ESTUDI TÈXTIL • M. TERESA ROSELL • MAKRAMA • MARINA GRAFEUILLE • NANONIANO • NEUS SOLER JOIES • NEW ART • NÚRIA ALVAREZ DE LARA • NÚRIA SALONI • NÚRIA SOLEY • NUTOPIA • ORIFERRO • OTROMUNDO BCN • POPELIN • PORTES DEL PIRINEU • ROSA TEJADA JOIES • RUTH NADAL JOIES • SALUD TERESA PONS • SLEGNA • SOM NATURALS • SOTA • TALLER BUGAMBILIA • TAPISIPROU.CAT • TARLATANA • TEO GEO • TESTONE HOJAS • THE HANDMADE THINGS • TRONQUITOS DE SORIA • VSB BARCELONA.

Entitats: ALPHA ART TRADE • ASSOCIACIÓ D'ARTESANES EMPRENEDORES DE CIUTAT VELLA • ASSOCIACIÓ D'ARTESANS PROFESSIONALS DEL MARESME • BARCELONA ACTIVA SAU SPM • BARCELONA JEWELLERY WEEK, JOYA I ESPAIJOIA • CONSELH GENERAU D'ARAN • DONES ARTESANES 8 DE MARÇ • EASD PAU GARGALLO • ESCOLA DE JOIERIA JORGC • ESCOLA LLOTJA • GREMI ARTESÀ TÈXTIL DE CATALUNYA • MUSEU DE VESTITS DE PAPER • MUSEU MARÈS DE LA PUNTA - ARENYS DE MAR • TALLERS ARTINTEGRAT.

Llotja de Negocis: KIMA GUITART • CERABELLA • PONTDEQUERÓS • ORGUES BLANCAFORT • TOT VIDRE GIBERNAU, SL.

Futur Excel·lent: 33 alumnes de les escoles: *Escola Massana, Escola Municipal d'Art Arsenal, Escola Superior de Disseny i d'Art Llotja, Escola d'Art i Superior de Disseny Pau Gargallo, Escola d'Art La Industrial, Escola d'Art de Sant Cugat del Vallès i Escola d'Art i Superior de Disseny de Vic.*

Artesania Catalunya®
crafts with identity
BOTIGA
TIENDA
SHOP.

T'esperem a
Artesania Catalunya,
Banyes Nous, 11. Barcelona



Empremtes
de Catalunya®

crafts
with
identity

Regala artesanía

Una nova col·lecció de la
identitat de Catalunya

És una marca registrada d'artesanía que identifica i distingeix productes artesans de Catalunya els quals, mitjançant una mirada d'identitat i de contemporaneïtat, transmeten els valors del país a través d'elements vinculats a l'art, la cultura, la història, la tradició, l'arquitectura, el paisatge i els costums populars que ens són propis.



CCAM

Consorci de Comerç,
Artesania i Moda
de Catalunya



Generalitat
de Catalunya