

## Bread & Butter w zmienionej formule Japoński skok

Zakończone 17 stycznia 2013 roku berlińskie targi Bread & Butter mogą się pochwalić odniesionym sukcesem. Dodatkowy dzień, czyli 14 stycznia, który poprzedził oficjalne otwarcie, pozwolił przedstawicielom branży fashion na zapoznanie się z kolekcją, kolejne trzy dni zapewniły zaś znaczną liczbę odwiedzających. Ponadto decyzja o selekcji marek pod względem ich atrakcyjności podwyższyła poziom targów.

Wystawcy ocenili szczególnie wysoko zainteresowanie nabywców i liczbę zagranicznych kontrahentów. Ponad siedemdziesiąt procent gości było spoza Niemiec, co daje Bread & Butter wiodącą pozycję platformy komunikacji marketingowej w Europie. Podwoiło się również grono japońskich klientów, zarówno odwiedzających targi, jak i prezentujących marki.

W sektorze D.O.C.K. zaprezentowały się m.in.: New Balance, Addict, Sinstar, UCLA, Clarks. Urban Fashion zgromadził: Amplified, Emu Australia, Super Ego, Lollipops, Fly London, Crocs. W przestrzeni Urban Base pokazali się: Mustang, Hilfiger Denim, Donkey, Pepe Jeans London, Björn Borg, Penny Black, Desigual, Marc O'Polo, Lacoste, Strelson. W części Treasury: Wewood, Nunettes. W Urban Superior: Turnover, JOOP!, Lindbergh, Drykorn. W części L.O.C.K. pokazano m.in.: Levi's Vintage Clothing, Schiesser, Windsor. Na targach prezentowała swoją kolekcję polska projektantka Marta Iwanina z marką Roboty Ręczne.

Prezes Karl-Heinz Müller zwrócił uwagę, że celem Bread & Butter jest nie tylko sprzedaż powierzchni wystawienniczej, ale również stworzenie wyrafinowanego i jasno zdefiniowanego portfela marek, który będzie zawierał zarówno wielkich graczy, jak i niezależne, designerskie brandy. Zapowiedział zmiany w sektorze odzieży dla kobiet L.O.C.K., co zobaczymy już podczas lipcowej edycji targów.



## 20-lecie targów CPM Świętujemy jubileusz

„Organizowane przez Igedo Company targi CPM są w tej chwili najbardziej aktywną platformą spotkań i wymiany biznesowej na rynku rosyjskim. Utrzymanie pozycji lidera oznacza stały rozwój ich potencjału oraz pozyskiwanie partnerów do kolejnych działań, takich jak Instytut badań ITMM w Stuttgarcie oraz Messe Düsseldorf z biurem w Moskwie”, powiedział dyrektor CPM Christian Kasch.

Od 26 lutego do 1 marca 2013 roku odbędzie się jubileuszowa edycja targów CPM, podczas której zobaczymy marki z sektora Premium, Kids, Denim & Fashion oraz Body & Beach. Formułę targową rozszerzono o spotkania z handlowcami oraz mediami z regionu północno-zachodniej Rosji, Ukrainy i Łotwy. Za integrację środowisk biznesowych i fashion odpowiedzialna jest rosyjska agencja The Look, która zajmie się blogosferą, publikacją newsów oraz trendów prezentowanych na targach.

Warto zaznaczyć, że miniona 19. edycja CPM (9.09–8.09 2012 r.) była największą od czasu otwarcia targów dziewięć lat temu. Zarejestrowano ponad dziewięćnaście tysięcy odwiedzających, na powierzchni 54 250 m kw. wystawiono tysiąc pięćset dwadzieścia kolekcji z trzydziestu sześciu krajów świata.



# Mercedes-Benz FashionWeek

## Berlin stolicą mody

Ponad pięćdziesięciu projektantów zaprezentowało swoje kolekcje podczas 12. edycji Mercedes-Benz Fashion Week (MBFW) w Berlinie, która odbyła się w dniach 15–18 stycznia 2013 roku. Pokazy na sezon jesień – zima 2013/2014 zostały entuzjastycznie przyjęte i zgromadziły rekordową liczbę ekspertów branży fashion oraz przedstawicieli mediów. Szacuje się, że Berlin odwiedziło blisko dwieście pięćdziesiąt tysięcy gości z całego świata, m.in. z Austrii, Danii, Francji, Gruzji, Holandii, Hongkongu, Włoch, Japonii, Norwegii, Polski, Rosji, Wielkiej Brytanii i Stanów Zjednoczonych.

Jarrad Clark, Global Director of Production, IMG Fashion Events and Properties, podkreślił znaczenie Berlina jako miasta kształtującego przyszłość rynku fashion. Podziękował za pomoc w stworzeniu platformy komunikacyjnej między młodymi projektantami a uznawanymi markami i nazwiskami świata mody.

W trakcie MBFW kolekcje zaprezentowali projektanci z osiemnastu krajów. Odbył się także jubileuszowy pokaz kolekcji Hugo Boss „Reflection” z okazji 20-lecia marki. Polskim akcentem był pokaz Dawida Tomaszewskiego, kończący 12. edycję Mercedes-Benz Fashion Week.



HUGO BY HUGO BOSS Foto: Mercedes-Benz Fashion



DAWID TOMASZEWSKI Foto: Mercedes-Benz Fashion



HUGO BY HUGO BOSS Foto: Mercedes-Benz Fashion

## The Gallery Berlin

### Rekordowa liczba kolekcji

W dniach 15–17 stycznia 2013 roku odbyła się trzecia odsłona targów The Gallery, będących częścią Berlińskiego Tygodnia Mody. W przestrzeni wystawienniczej Cafe Moskau zaprezentowano przeszło sto kolekcji mody damskiej i męskiej z jedenastu krajów. Ponad dwa tysiące odwiedzających zapoznano się z ofertą, trendami oraz tendencjami na sezon jesień – zima 2013/2014.

The Gallery gościło również nowych projektantów i nowe marki. Po raz pierwszy swoje kolekcje pokazała m.in. duńska projektantka Trine Kryger Simonsen, pojawiły się włoskie marki Phisique du Role oraz Oblique, jak również Viola Ballin i Queen and Princess z Niemiec. Peter O. Mahler, berliński projektant, obchodził 20-lecie pracy, specjalnie z tej okazji przedstawił swoją autorską kolekcję.

Dla Philippa Kronena, partnera zarządzającego Igedo Company, duże znaczenie miała obecność gości z rynku rosyjskiego. Zauważył jednak, że całkowite wyprzedanie powierzchni targowej jest sygnałem wyczerpania możliwości lokalowych Cafe Moskau. Elke Sautter, dyrektor projektu The Gallery Berlin, zaznaczyła, że bierze pod uwagę powiększenie lub zmianę miejsca targów, co uzależnia od rozwoju sytuacji na rynku fashion.

Letnia edycja The Gallery Berlin odbędzie się w dniach 2–4 lipca 2013 roku.



Foto: The Gallery Berlin, serwis Igedo Company



Foto: The Gallery Berlin, serwis Igedo Company



# Zimowa sceneria targów bielizny

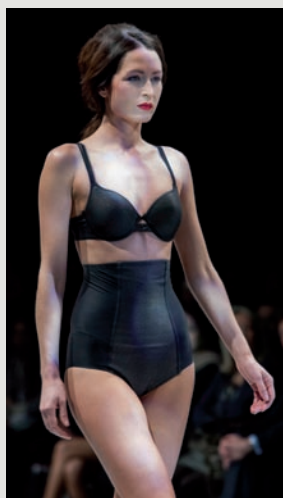


## Salon International de la Lingerie

W dniach 19–21 stycznia 2013 roku w Paryżu odbyła się jubileuszowa, pięćdziesiąta już edycja Salon International de la Lingerie. Zgromadziła aż pięćset pięćdziesiąt marek bielizny dziennej, nocnej i pończosznictwa. W magicznej atmosferze nocy polarnej prezentowane były kolekcje na jesień i zimę 2013/2014.

Zachwycił przede wszystkim wysmakowany wystrój z podświetlanymi elementami oraz forum trendów przygotowane przez agencję Nelly Rodi w poetyckiej scenografii lodowej jaskini. Impreza okazała się jednak słabsza niż za-

kładano. Plany pokrzyżował głównie śnieg, który przez trzy dni skutecznie paraliżował ruch w stolicy Francji i na lotniskach, przez co, jak twierdzą organizatorzy, nie doleciało wielu zapowiadanych gości, szczególnie z Europy Zachodniej. Liczba odwiedzających spadła o 12 procent w porównaniu z poprzednią edycją i wyniosła ostatecznie ponad 16 tysięcy osób. Dane wskazują, że pogody nie przstraszyli się kupcy ze wschodu Europy, Rosji, Kazachstanu i Kanady. Nie zawiedli również wystawcy, których kolekcje okazały się ponadczasowe i wyrafinowane.



## Interfilière Paris

Ponad stu sześćdziesięciu producentów materiałów i dodatków do produkcji bielizny zgromadziły targi Interfilière. Przyciągnęły one 10 tysięcy odwiedzających (spadek o 13 proc.), przede wszystkim z zagranicy. Po raz pierwszy Polska znalazła się na siódmym miejscu wśród najliczniej reprezentowanych krajów. Na forum trendów z propozycjami na lato 2014 roku zgromadzono ponad tysiąc próbek materiałów, przez co zapewniło ono potężną dawkę inspiracji. Wiodącymi tematami imprezy były koronki oraz innowacyjne tekstylia kosmetyczne, które stają się najciekawszym kierunkiem rozwoju branży bieliznianej.

