



## **BREAD & BUTTER BARCELONA, 16.–18. Gennaio 2008 – KING SIZE È TERMINATO**

**Più di 99.500 operatori professionisti della moda internazionale hanno visitato la 18esima edizione di BREAD & BUTTER – tradeshow for selected brands a Barcellona.**

Il motto era KING SIZE, Gigante, e la manifestazione lo ha pienamente corrisposto: rispetto al gennaio del 2007 BREAD & BUTTER BARCELONA ha registrato un aumento dei visitatori vicino al 20%. Anche le marche da record di luglio 2007 hanno subito un ulteriore incremento del 9%.

Il primo giorno di fiera, subito dopo l'apertura, gli espositori hanno notato con piacere una eccezionale affluenza di ospiti ai loro stand. I padiglioni erano pieni e i visitatori del settore entusiasti della creatività di molti brands. Marchi come Nike, Ed Hardy, Converse o Nudie Jeans hanno dimostrato di sentirsi decisamente a proprio agio negli spazi espositivi della Fiera di Barcellona e hanno convinto con presentazioni individuali delle loro collezioni al di fuori dei padiglioni.

Karl-Heinz Müller: "E' stato fantastico, meglio di qualunque altra volta, quasi tutto è filato liscio come l'olio! Il tempo era meraviglioso, un anticipo di primavera a Barcellona, e l'atmosfera grandiosa. E' stato il nostro capolavoro, sino ad oggi il nostro successo più grande. La nostra campagna aveva colpito nel segno. Tutta Barcellona e il mondo della moda internazionale avevano gli occhi puntati su KING SIZE".

<b>PAESE</b>	<b>Numeri Gennaio 2007</b>	<b>Percentuali Gennaio 2007</b>	<b>Numeri Gennaio 2008</b>	<b>Percentuali Gennaio 2008</b>
Spanien/Portugal	33.769	40,67	38.379	38,55
Italien	13.531	16,30	14.950	15,01
Deutschland	6.791	8,18	8.699	8,74
Großbritannien/Irland	5.603	6,75	7.566	7,60
Frankreich	5.978	7,20	7.489	7,52
BeNeLux	5.295	6,33	6.425	6,45
Skandinavien	1.729	2,09	2.769	2,80
Österreich/Schweiz	1.742	2,10	2.092	2,10
USA/Kanada	1.362	1,66	2.019	2,03
Türkei	1.125	1,35	1.526	1,53
Osteuropa	1.339	1,25	1.491	1,50
Griechenland	1.394	1,68	1.483	1,49
Süd- und Mittelamerika	736	0,87	1.066	1,07
Israel	424	0,51	510	0,51
Japan	310	0,37	501	0,50
Russland	351	0,42	489	0,49
Südkorea	389	0,48	470	0,47
Hongkong/China	318	0,38	410	0,41
Australien/Neuseeland	94	0,11	103	0,10



Da sottolineare in modo particolare la crescita dei visitatori dalla Scandinavia: Rispetto alla manifestazione invernale del 2007 si registrano quest'anno più di 1000 visitatori in più da questa regione. Già solo il numero degli ospiti provenienti dalla Danimarca è più che raddoppiato.

Anche dalla Francia BBBarcelona ha registrato in gennaio 2008 un aumento dei visitatori del 34%; 28,5% dal Regno Unito. Anche dai paesi extraeuropei si è registrato un aumento straordinario: il numero di visitatori dagli USA è aumentato del 50% rispetto al 2007, dalla Russia sono arrivati quasi il 40% dei visitatori in più, e in merito ai visitatori giapponesi BBBarcelona ha registrato un incredibile aumento del 60%!

I numeri lo confermano: BREAD & BUTTER – tradeshow for selected brands è a livello mondiale la più importante fiera per Street e Urbanwear. L'internazionalità della Fiera è aumentata ancora. Nel primo pomeriggio di venerdì è stato salutato il 500.000mo visitatore della Bread & Butter da quando esiste la "Eurovision" (estate 2005).

La fiera per marchi selezionati aveva molto da offrire: un momento molto importante è stata la Opening Reception, che si è svolta già la sera prima del primo giorno di fiera. 2.500 ospiti invitati hanno festeggiato nel MNAC, nel Palau Nacional, il simbolo della Catalogna, l'apertura della fiera BREAD & BUTTER BARCELONA.

Karl-Heinz-Müller: "Ci aspettavamo molto dalla Opening Reception. E persino le aspettative più ambiziose hanno trovato riscontro. I nostri ringraziamenti vanno al Regista Bjorn Tagemose, al designer di luci Ignace d'Haese e all'architetto dello show Giovanni De Schamphelre. Erano responsabili in prima persona oltre ai membri del nostro team del concept della Opening Reception e della sua realizzazione. Un ringraziamento particolare va anche alla direzione del Museo, senza la cui intercessione non sarebbe stato possibile utilizzare questo gioiello architettonico. Un tale evento "Meet and Greet", per incontrarsi e darsi il benvenuto, il giorno prima dell'inizio della fiera diverrà ora una tradizione! Per l'estate 2008 posso già immaginare un evento all'aperto".

Il Palau Nacional è stato inoltre teatro di due sfilate: Philipp Plein e Custo Barcelona. Nella impressionante location della sala ovale BREAD & BUTTER ha mostrato che cosa si può fare. L'organizzazione era impeccabile.

Lo show di Custo Barcelona è esploso con più di 2.000 visitatori e si è rivelato l'evento del giorno. Alla fine Custo Dalmau ha invitato alla festa nel Padiglione Italiano nell'area della fiera. L'atmosfera era come sempre grandiosa.

Lo show di Phillip Plein era una premiere. E' stato organizzato in collaborazione con la rete televisiva Pro 7. Si è svolto qui uno dei primi turni decisivi per la trasmissione "La prossima top model in Germania" (Germany's next top model) – cosa che il visitatore non avrebbe dovuto sapere.

Karl-Heinz-Müller: "Questo show mi ha sbigottito. Per me è importante prendere una posizione: semplicemente non riesco a credere che una grande rete televisiva tedesca possa lavorare a questo modo. L'organizzazione era completamente non professionale, non c'era cura o aiuto per le ragazze, non hanno praticamente potuto provare, non hanno ricevuto da bere né da mangiare, le scarpe erano loro troppo grandi – è stato indegno. A mio parere le ragazze sono state messe in ridicolo. La nostra fiducia è stata tradita".

E continua: „Una presentazione come questa non rappresenta lo spirito di BREAD & BUTTER, cui noi dedichiamo molta cura nei rapporti con gli espositori e con gli ospiti, e che si basa su rispetto e professionalità reciproci. La cosa certa è che uno show di questo tipo non sarà ripetuto con noi in futuro".



Altri momenti entusiasmanti sono state le sfilate di Ed Hardy nel Padiglione Superior, e di G-Star, come sempre nel Lunapark. Anche la presentazione della "Collezione Andy Wahrhol by Pepe Jeans" nel padiglione Mies Van der Rohe come l'esposizione di Design di B&B con la scuola internazionale di moda "Die Angewandte" di Vienna e con l'"Istituto danese di moda Arnhem" nella Sala Cupula del Palau Nacional hanno convinto.

Il lancio del Business Club BREAD & BUTTER è stato un successo speciale. Con "elBullicatering" come partner è stato qui offerto agli attori decisivi del settore un forum ottimale per lo scambio di idee e la discussione. La risposta è stata molto positiva e gli ospiti entusiasti di questa nuova possibilità di appartarsi. Il Business Club BREAD & BUTTER sarà ulteriormente migliorato.

Un altro buon terreno per discussioni e speculazioni è stato il "Kings Club", nel mezzo del Lunapark, che accoglieva solo pochi ospiti a un party come non ce ne sono mai stati.

### **New format THE SOURCE**

Anche la presentazione del concept da parte di THE SOURCE nel padiglione 6 è stata un successo. Ha avuto una risonanza enorme e molto positiva. Alcuni tra gli operatori principali degli stadi preliminari sono già convinti e vogliono essere della squadra nel luglio del 2008.

Karl-Heinz-Müller: „THE SOURCE è un passo logico, che doveva seguire. I fornitori di stoffe e accessori hanno utilizzato da sempre BREAD & BUTTER come importante punto d'incontro. Ora hanno la possibilità di presentarsi. Offriamo così molto presto all'industria dei prodotti preliminari un ambiente creativo, perfetto. Consegnaremo loro presto i loro clienti principali franco domicilio”.

THE SOURCE si svolgerà come format speciale per le industrie dello stadio preliminare da luglio 2008 parallelamente a BREAD & BUTTER BARCELONA nei padiglioni 6 e 7 nell'area della Fiera di Barcellona. Uno dei due padiglioni sarà dedicato ai settori Denim e tessuti sportivi, l'altro avrà il suo focus nel casual dressing, ad esempio lana e accessori. Anche le industrie di accessori e nobilitazione verranno incluse, non ci sarà un padiglione separato per gli accessori. I due padiglioni ricoprono insieme una superficie di 26.000 mq e offrono spazio per circa 200 espositori delle industrie tessili, di accessori, attrezzature e nobilitazione.

Ancora Karl-Heinz-Müller: "Il nostro obiettivo è di diventare la fiera più importante al mondo per i fornitori del Denim, dello Street e dell'Urbanwear. I riflettori sono puntati sui fornitori giusti e importanti. Con circa 200 fornitori e operatori di massimo livello saremo importanti, ma anche selettivi”.

### **Preview Summer 2008**

Durante la conferenza stampa nel Business Club è stato già presentato il Concept per la prossima stagione:

NEW ORDER – profile your business

Il focus di BREAD & BUTTER BARCELONA dal 02 al 04 Luglio 2008 è concentrato su strutture chiare, un profilamento ancora più preciso dei settori principali e dei loro marchi e un utilizzo sempre più ottimale dell'area della fiera.



Nella campagna pubblicitaria ispirata alla Bauhaus per l'edizione estiva BREAD & BUTTER si rispecchiano gli obiettivi della manifestazione. Il motto "Form follows function", che armonizza perfettamente con il concept della prossima BBBarcelona, era ai tempi della Bauhaus rivoluzionario e ancora oggi non perde di attualità. Di conseguenza la BREAD & BUTTER di luglio 2008 sarà strutturata in modo ancora più chiaro.

Karl-Heinz-Müller: "Lavoriamo gomito a gomito con i responsabili della Fiera di Barcellona e con la stessa città a una nuova e ampia entrata direttamente sulla Piazza d'Espanya. Così potrebbero essere creati nuovi percorsi pedonali che ottimizzerebbero ancora di più il traffico dei visitatori".

Dalla prossima stagione saranno inoltre offerti ulteriori servizi nella Fiera di Barcellona durante la manifestazione: il Lunapark sarà ingrandito sul versante della Avenida Reina Maria Cristina e attrezzato di conseguenza. L'infrastruttura sociale (ristoranti, Chill out ecc..) sarà quindi significativamente ingrandita e anche per le marche Outdoor ci sarà più spazio espositivo a disposizione.

Il "Padiglione italiano" di 2.800 mq offrirà la possibilità ad un brand molto speciale di presentarsi in una cornice d'eccezione.

Anche le passerelle verranno ampliate nel luglio del 2008. Karl-Heinz-Müller: "Le passerelle non sono riservate soltanto all'alta moda. Soprattutto marchi di alto Urbanwear presentano già le loro collezioni a Milano e New York. Vogliamo convincere questi brand a venire a Barcellona, perché qui c'è il brio giusto.

Con il Palau Nacional abbiamo una location incomparabile. L'edificio è perfetto, e siamo molto fieri di poter offrire ai nostri espositori questa opportunità unica.

Anche il padiglione Mies van der Rohe sarà ancora a disposizione. Può essere utilizzato da un brand affine all'arte per una presentazione speciale".

Karl-Heinz-Müller termina così: "Barcellona è la cosa migliore che ci potesse capitare, ci sentiamo così a nostro agio qui. Nessun'altra città in Europa offre queste possibilità, ed è per questo che siamo qui".

22. Gennaio 2008.