

Sierpień 2009

CZASOPISMO BRANŻY ODZIEŻOWEJ I TEKSTYLNEJ

BUSINESS

# image 100

Jakość  
wystarcza

Więcej na  
[www.suwaki.pl](http://www.suwaki.pl)

Wzór suwacki zastrzeżony w U.P.R.P.



ARGO  
PRODUCENT

tel.: 22 721 82 08

**Punkt  
Sprzedaży**

# **DZIANIN WISKOZOWYCH**

**gramatura:  
220-240 g/m<sup>2</sup>, 1 kg 2,5-2,8  
szerokość: 180 cm**

**Rzgów, ul. Pabianicka 53 (obok POLIMEXU i GRAŻKI)  
tel. + 48 505 917 077, + 48 505 031 090  
[www.dzianinywiskozowe.pl](http://www.dzianinywiskozowe.pl)**



*Łódź®*  
*Rene*

www.rene.pl

tel. +48 501 496 496



***Firma RENE Łódź  
ma zaszczyt zaprosić Państwa  
do Salonu Kontraktacji  
(pawilon 5, stoisko 34)***

***na Targi Next Season,  
które odbędą się w Poznaniu  
w dniach 02.-04. 09. 2009 r.***

*Rene Łódź*



- 4 Nowa Jakość!!! Już Dziś Przygotuj się na Wrześniowe Targi Mody w Poznaniu
- 6 Finał w Wielkim Stylu
- 7 RE-ACT Fashion Show, czyli Niecodzienne Wydarzenie w Świecie Mody
- 8, 10-11 Smaczki Polskiego Fashion Week  
Magda Konarska
- 12-13 Starcie Gigantów, czyli Punkty Przeciwwstawne  
Joanna Hrk
- 15 Złote Nitki 2009 dla Absolwentek SAPU
- 16-17 Na Pohybel Kryzysowi  
Joanna Hrk
- 18-19 100% o image  
Paweł Tkaczyk
- 20 Triumph Promuje Młode Talenty!
- 23 Letni Dress Code
- 24 Dla Mężczyzn, Którzy Cenią Wolność - Digel „Preference”
- 25 Trendy Mody Damskiej na Sezon Wiosna / Lato 2010
- 26 10. Międzynarodowa Konferencja Bawełniarska
- 31 STYL/KABO - Międzynarodowe Targi Mody, Obuwia i WYROBÓW SKÓRZANYCH
- 31 Targi Innowacji i Technologii STRIMA

materiał na okładkę:  
 firma ARGO

Zapraszamy na nasze stoisko  
 podczas targów  
**NEXT SEASON / TEX-STYLE**  
 Poznań, 02-04.09.2009  
 pawilon 5

**IMAGE PRESS**  
 publishing house

Adres Redakcji:

**95-200 Pabianice, ul. Grota Roweckiego 8a / 104**  
[www.image-press.com.pl](http://www.image-press.com.pl), [image@image-press.com.pl](mailto:image@image-press.com.pl)  
 tel./fax +48 (42) 64 00 256 (do 259)

- Redaktor Naczelny: **PIOTR KRÓL**
- Dział reklamy i prenumeraty: Aleksandra Król, Iwona Socik, Cezary Ziarkowski  
tel./fax (042) 64 00 256 (do 259)
- Współpraca:
- TOP-ART: tel. kom. +48 601 22 85 07
- PORTALE BRANŻOWE - [www.tkaniny.com.pl](http://www.tkaniny.com.pl); [www.odziez24.pl](http://www.odziez24.pl)
- Wydawca: **Image** Piotr Król, 95-200 Pabianice, ul. Sempolowskiej 29
- Kolportaż: prenumerata, imprezy targowe, wysyłka pocztowa, odzieżowe centra hurtowe:  
 \* Wielkopolska Giełda Odzieżowa - Poznań, \* Centrum Handlowe "Ptak" - Rzgów k/Lodzi,  
 \* Centrum Handlowe "POLRDS" - Rzgów k/Lodzi, \* Targowiska w Tuszynie i Głuchowie,  
 \* Centrum Mody Nadarzyn,  
 \* Centrum Handlu Hurtowego "MAXIMUS",  
 \* wybrane hurtownie odzieży, tkanin i dodatków krawieckich

Materiały publikowane w piśmie są objęte ochroną prawa autorskiego. Przedruki możliwe jedynie za zgodą wydawcy. Materiałów nie zamówionych nie zwracamy. Za treść materiałów reklamowych redakcja nie odpowiada. Tytuł jest własnością **image** - Piotr Król.





BE YOURSELF!



 **COEXIS®**

**2009 / 2010 collection**



**POLSKA - COEXIS Sp. z o.o.** 95-200 Pabianice ul.Orla 6 • Kontakt: Agnieszka Wasiak • Tel: +48 609 220 990  
E-mail: [a.wasiak@coexis.pl](mailto:a.wasiak@coexis.pl) • [www.coexis.pl](http://www.coexis.pl)

**ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY HURTOWNIE ORAZ SKLEPY!!!**



# Nowa jakość!!! Już dziś przygotuj się na wrześniowe targi mody w Poznaniu

Najbardziej kompleksowe targi mody w Polsce odbędą się w Poznaniu na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich w dniach 2 - 4 września 2009 r.



next  
season

**BTS**  
TARGI OBUWIA, SKÓRY  
I WYROBÓW SKÓRZANYCH



Body Style  
Salon Bielizny i Mody Płazowej  
Exhibition of Lingerie and Beach Fashion



TEX-STYLE

fastfashion



- Z myślą o naszych partnerach - wszystkich uczestnikach targów - wprowadzamy kilka istotnych zmian w organizacji wydarzeń dla branży odzieżowo-tekstylnej. Stawiamy na nowy standard wystawiennictwa i specjalny pakiet usług dla wystawców, obejmujący działania promocyjno-reklamowe. Jesienią zadebiutuje nowe wydarzenie dla handlowców zainteresowanych aktualnymi kolekcjami - **Salon Mody Fast Fashion**. Swoje formuły zmieniają targi **Tex-Style** oraz kontrakcje **Next Season** i **Body Style**. Wszystkie wydarzenia adresujemy do profesjonalistów - zapowiada dyrektor targów, Małgorzata Nowak-Sowińska. W marcu 2009 r. z zalet targów mody w Poznaniu skorzystało ponad 5.200 handlowców, m.in. z Polski, Niemiec, Litwy, Czech, Szwecji, Białorusi, Francji, Grecji, Holandii, Łotwy, Ukrainy, Włoch, Wielkiej Brytanii.



**TEX-STYLE** - wszystko, co niezbędne do produkcji odzieży. Idea profesjonalnych spotkań biznesowych dla firm oferujących komponenty do produkcji odzieży nabiera realnych kształtów. Wrześniowe targi **TEX-STYLE** będą koncentrować się na artykułach niezbędnych do produkcji: tkaninach, dzianinach, włókninach, wyrobach pasmanteryjnych, dodatkach krawieckich, manekinach i ekspozytorach sklepowych, specjalistycznym oprogramowaniu komputerowym. Odzwierciedleniem tej zmiany jest nowa nazwa wydarzenia: **TEX-STYLE Targi Tkanin i Dodatków dla Przemysłu Odzieżowego**. Targi **Tex-Style** będą sąsiadować z **Salonem Mody FAST FASHION**, oferującym kolekcje mody ready-to-wear na bieżący sezon jesień-zima, a także kontraktacjami **BODY STYLE** - **Salonem Bielizny i Mody Płazowej** oraz **NEXT SEASON** - **Salonem Odzieży, Obuwia i Dodatków** z kolekcjami na wiosnę i lato 2010.



**Salon Mody FAST FASHION** - zawsze na bieżąco. Jesienią zadebiutuje nowe wydarzenie - **Salon Mody FAST FASHION**, czyli targi mody w czasie teraźniejszym. Nowe wydarzenie biznesowe adresowane jest do producentów oraz przedstawicieli polskich i zagranicznych marek odzieżowych, którzy oferują kolekcje odzieży i dodatków na bieżący sezon, jak również handlowców zainteresowanych stałą aktualizacją swojej oferty. W ramach salonu **Fast Fashion** odbywać się będą


profesjonalne seminaria i szkolenia dotyczące tendencji, marketingu, handlu. Tutaj również zlokalizowane zostaną przestrzenie specjalne.

**Kontrakcje NEXT SEASON i BODY STYLE** - o krok przed konkurencją. Handlowcy poszukujący kompleksowej oferty ubiorów damskich, męskich i dziecięcych na sezon wiosna-lato 2010 znajdą ją na Salonach **NEXT SEASON** oraz **BODY STYLE** - największych, elitarnych spotkaniach kontraktacyjnych w Polsce. Szósta edycja Salonu **BODY STYLE** będzie okazją do zakontraktowania najnowszych kolekcji bielizny i mody plażowej. We wrześniu, w ramach salonu **NEXT SEASON**, po raz pierwszy będzie można kontraktować również kolekcje obuwia na sezon wiosna-lato 2010. Firmy oferujące obuwie zyskają tym samym możliwość prezentowania kolekcji aż cztery razy w roku, wielokrotnie zwiększając tym samym możliwości nawiązania kontaktów handlowych. Nowy zakres branżowy znajduje odzwierciedlenie w nowej nazwie wydarzenia: **Kontrakcje NEXT SEASON - Salon Odzieży, Obuwia i Dodatków**. Kontrakcje w Poznaniu na stałe wpisały się do kalendarza najważniejszych wydarzeń targowych w Polsce, jako miejsce budowania trwałych relacji handlowych oraz umacniania wizerunku marki.

**BTS Targi Obuwia, Skóry i WYROBÓW SKÓRZANYCH** - kompleksowo dla branży obuwniczo-skórzanej. - Począwszy od jesiennej edycji zmienia się cykl targów **BTS**. Branża obuwniczo-skórzana będzie gościć na terenie Międzynarodowych Targów Poznańskich w maju i listopadzie. Zmiana podyktowana została licznymi sugestiami naszych klientów. Wierzymy, że taka organizacja pozwoli zgromadzić w Poznaniu liczne grono przedstawicieli branży obuwniczo-skórzanej, a tym samym spełnić oczekiwania handlowców pod względem ilości i różnorodności prezentowanych kolekcji - mówi Edyta Bonin-Kanikowska, dyrektor targów **BTS**. Firmy kontraktujące kolekcje obuwia z półrocznym wyprzedzeniem będą mogły uczestniczyć również we wrześniowym Salonie **NEXT SEASON**. Aby umożliwić wystawcom dotarcie do szerokiego spektrum handlowców, organizatorzy proponują łączoną ofertę promocyjną uczestnictwa w obu wydarzeniach - kontraktacjach **NEXT SEASON** we wrześniu (2-4.09.2009) oraz targach **BTS** w listopadzie (16-18.11.2009).

[www.fashioninpoland.mtp.pl](http://www.fashioninpoland.mtp.pl)






**STUDIO ODZIEŻY DAMSKIEJ**  
oferuje kolekcję eleganckich kostiumów

szeroka gama wzorów i kolorów

nowe trendy    krótkie serie

26-600 Radom, ul. Instalatorów 55  
tel./fax 048 360 89 54  
tel. kom. 0502 256 076, 0603 361 889  
[www.xamira.pl](http://www.xamira.pl), e-mail: [xamira@xamira.pl](mailto:xamira@xamira.pl)

Poszukujemy partnerów handlowych !!!  
Zapraszamy do współpracy



**ESTE**

Producent  
Konfekcji  
Damskiej

Firma Konfekcyjna  
TAMARA - ESTE  
94-214 Łódź, ul. Krakowska 82  
tel. +48 (42) 634 80 41  
mob. tel. +48 601 81 61 29  
e-mail: [este@este.com.pl](mailto:este@este.com.pl)  
[www.este.com.pl](http://www.este.com.pl)



PRODUCENT ODZIEŻY DAMSKIEJ



09-421 Płock, ul. Szkolna 1  
tel. (24) 267 30 71  
fax (24) 268 49 84  
tel. kom. 0601 275 454  
e-mail: [jis@jis.com.pl](mailto:jis@jis.com.pl)  
[www.jis.com.pl](http://www.jis.com.pl)

Tuszyn "Bazar Gminny", rząd D, paw. 248-249  
C.H. "Ptak", hala G-142





# Final w Wielkim Stylu

28 maja w Hotelu Andel's w Łodzi odbyła się **Wielka Gala Finałowa** konkursu **Fashion Designer Awards 2009**. Podczas gali można było podziwiać nie tylko pokazy strojów zaprojektowanych przez uczestników konkursu, ale również pokaz sukni floralnych, biżuterii oraz pokaz specjalny najnowszej kolekcji **Georgesa Chakry**. Imprezę poprowadziła **Ewelina Kopic**.

Gala rozpoczęła się pokazem sukni floralnych, przygotowanych przez wychowanków ze szkoły **Floral Design Małgorzaty Niskiej**. W dalszej części mieliśmy możliwość podziwiać półfinałowe i finałowe kreacje zaprojektowane przez 10-tkę finalistów **Fashion Designer Awards 2009**, pokaz biżuterii skandynawskiej firmy **Pandora** oraz kolekcję „wiosna/lato 2009” **Georgesa Chakry**. Chakra, który zwykle prezentuje swoje kreacje podczas Tygodnia Haute Couture w Paryżu, nie tylko zasiadł jako honorowy członek Jury Konkursu i pokazał swoją najnowszą kolekcję, ale również ufundował jedną z głównych nagród: 45-dniowe praktyki w swoim atelier w Bejrucie.

Pokaz galowy uświetniła obecność wielu znakomitych gości, wśród nich takie sławy światowej mody jak **Diane Pernet** (amerykańska projektantka i legendarna już krytyk mody) oraz **Agatha Ruiz de la Prada** (hiszpańska projektantka znana z wielkiej wyobraźni, ekstrawagancji oraz żywej kolorystyki swoich projektów). Wśród gości nie zabrakło również polskich celebrytów: **Jagi Hupało**, **Natalii Jaroszewskiej** czy **Rafała Mohra**.

Jury w składzie: **Tomasz Ossoliński**, **Marianna Tomaszko**, **Marta Ruta**, **Marcin Giebułtowski**, **Maria Seweryn**, **Agnieszka Martyna**, **Olga Piekarska**, **Agnieszka Szyfter**, **Andrzej Foder**, **Joanna Sokółowska** -



**Pronobis i Sylwia Saramonowicz** pod przewodnictwem samego **Georgesa Chakry** postanowiło przyznać: I miejsce: **Sabrinie Pilewicz**; II miejsce: **Kamili Gawrońskiej - Kasperskiej** oraz III miejsce: **Marcie Gos**.

Wśród nagród dla laureatów **Fashion Designer Awards 2009**, znalazły się stypendia w **Międzynarodowej Szkole Kostiumografii i Projektowania Ubioru** w Warszawie oraz nagroda pieniężna ufundowana przez tę że szkołę, **45-dniowa praktyka** w domu mody **Georgesa Chakry**, a także **pokaz autorskiej kolekcji** podczas prestiżowej imprezy modowej **Fashion Boulevard 2009**.

Po ogłoszeniu wyników wywiadom i pozowaniu do zdjęć nie było końca, miejmy nadzieję, że to dopiero początek wielkich designerskich karier, jakie wszystkie laureatki mają przed sobą.

[www.fashiondesignerawards.com.pl](http://www.fashiondesignerawards.com.pl)



## Kreacja PRODUCENT ODZIEŻY DAMSKIEJ

*Kreacja* to rodzinna firma o wieloletniej tradycji i doświadczeniu, istniejąca na polskim rynku od października 1978 roku. Przedsiębiorstwo specjalizuje się w produkcji odzieży damskiej i młodzieżowej.



Indywidualny styl *Kreacji* został doceniony podczas wiosennej edycji Targów Poznańskich 2009, poprzez przyznanie przez Organizatorów prestiżowego Złotego Medalu MTP, tym samym wyróżniając firmę spośród 300 polskich i zagranicznych producentów odzieży biorących równolegle udział w targach.

Zapraszamy na  
**Międzynarodowe Targi Poznańskie**  
**NEXT SEASON**

2-4 września 2009 r., stoisko 79, pawilon 5



P.P.H.U. *Kreacja* Siedziba: 62-050 Mosina, ul. Grabowa 7, tel. (061) 813 61 35, fax (061) 813 71 03





# RE-ACT Fashion Show

## czyli niecodzienne wydarzenie w świecie mody

Światowej sławy projektant berlińskiego domu mody LAC ET MEL zaprezentował najnowszą kolekcję wiosna/lato 2010, otwierając tym samym RE-ACT Fashion Show. Jeszcze tego samego wieczoru 20.

młodych projektantów z Polski przedstawiło efektowne kreacje recyklingowe, spośród których Jury wybrało trzy najlepsze prace. Na zakończenie odbyła się polska premiera najnowszego filmu Yanna Arthusa-Bernarda oraz Luca Bessona „Home. S.O.S Ziemia”. To wszystko miało miejsce 5 czerwca 2009 r. w hotelu andel's i na rynku Manufaktury.

Ideą RE-ACT Fashion Show była promocja ekologicznego stylu życia w nowy i atrakcyjny sposób. Jak mówi Barbara Sokołowska-Urbańczyk, pomysłodawczyni wydarzenia, okazało się, że z rzeczy pozornie niepotrzebnych można wyczarować prawdziwe dzieła sztuki. Pokaz był również odpowiedzią na pytania sceptyków, którzy do tej pory uważali, że nie da się nosić takich strojów poza wybiegiem.

**I nagrodę**, w wysokości 15 tys. złotych, ufundowaną przez Prezydenta Miasta Łodzi, Jury jednogłośnie przyznało kolekcji sukien z kwiatów i taśmy VHS, autorstwa Sylwii Rochali. Jak mówi jeden z jurorów, Grzegorz Matlag, o wyborze właśnie tej kolekcji zaważyło praktyczne podejście do tematu oraz bardzo kobiecy styl. **II nagrodę**, ufundowaną przez MPO Łódź, otrzymał Jacek Kosiński, student IV roku łódzkiej ASP - kolekcja została uszyta z przędzy foliowej (!). **III miejsce** i nagrodę firmy Remondis przyznano kolekcji Katarzyny Konieczki, absolwentki Międzynarodowej Szkoły Kostiumografii i Projektowania Ubioru z Warszawy - jurorom podobano się ciekawe połączenie ortopedycznych gorsetów z dzianiną. SBS Public Relations, organizator wydarzenia, gwarantuje pomoc w promocji ich ekologicznych kolekcji przy okazji następnych edycji RE-ACT.

Piątkowy pokaz mody rozpoczął Gregor Clemens, główny projektant berlińskiego domu mody LAC ET MEL, prezentując premierową kolekcję wiosna/lato 2010. Jego styl łączy luksus z dbałością o środowisko. Kobięce i wytworne stroje powstają wyłącznie z naturalnych materiałów (jedwabiu, lnu



i bawełny) zamawianych we Francji i Włoszech. To co sprawia, że LAC ET MEL jest jednym z najbardziej ekologicznych domów mody na świecie, to przede wszystkim kontrola całego procesu produkcji pod kątem ograniczenia zanieczyszczeń, dobór odpowiedzialnych ekologicznie kooperantów i poddostawców.

Galeę poprowadzili: Iza Miko - największa ekologiczna aktywistka spośród polskich gwiazd i Samuel Palmer, który w jej towarzystwie z pewnością również połąknał „eko bakcyli”. Oboje, doceniając szlachetny wymiar imprezy, zdecydowali się wziąć w niej udział charytatywnie.

Wieczór zakończył plenerowy pokaz filmu „S.O.S Ziemia” - Luca Bessona i Yanna Arthusa-Bertranda na rynku łódzkiej Manufaktury. Zła pogoda sprawiła, że tylko niektórzy mogli docenić ten niezwykle film o najpiękniejszych zakątkach Ziemi, które przez beznamiętne działania człowieka mogą wkrótce ulec zagładzie. Impreza zakończyła się RE-ACT-owym after party w klubie Rezydencja, gdzie do białego rana bawili się projektanci, organizatorzy, wolontariusze i goście pokazu.

Ogółem, w konkursie RE-ACT Fashion Show wzięło udział 331 młodych projektantów, ale tylko 20. dostało się do ścisłego finału. W konkursie wzięło udział nie tylko wszystkie licea uczelnie w Polsce, ale także projektanci z zagranicznych uczelni, tj. ESMOD Paris czy Edinburgh College Of Art.

[www.re-act.pl](http://www.re-act.pl)



**Wumak**®  
 PRODUCENT KONFEKCJI DAMSKIEJ

**Bluzki**  
 w rozmiarach od 32 do 56

Polska, 95-200 Pabianice  
 ul. Wspólna 28  
 tel. +48 (42) 227 07 56  
 tel. +48 509 233 850

stanowiska handlowe:  
 C.T. "PTAK" - hala B, box 129  
 Tuszyń "U Janka" - sektor J-28

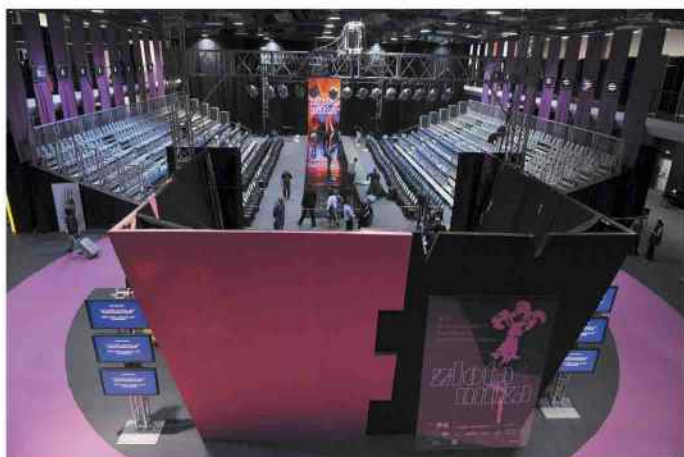
[www.wumak.pl](http://www.wumak.pl), e-mail: [wumak@wumak.pl](mailto:wumak@wumak.pl)  
[www.bluzka.pl](http://www.bluzka.pl), [www.bluzki.com.pl](http://www.bluzki.com.pl)

**darbet**  
 PRODUCENT  
 SUKIENEK  
 I BLUZEK  
 Z DZIANINY

tel.kom. +48 604 577 270  
 e-mail: [darbet89@o2.pl](mailto:darbet89@o2.pl)  
[www.darbet89.pl](http://www.darbet89.pl)



# Smaczki polskiego FASHION WEEK



**FashionPhilosophy Fashion Week Poland** - pierwszy polski tydzień mody, który odbył się w Łodzi w dniach 28 maja - 5 czerwca - był wydarzeniem, oczekiwanym od lat przez rodzime środowisko modowe. Wbrew wszelkim obawom, trudnościom związanym z organizacją imprezy takiego formatu, FashionPhilosophy okazało się ogromnym sukcesem. Profesjonalnie przygotowany, obfitujący w prezentacje kolekcji polskich i zagranicznych projektantów tydzień mody z miejsca zyskał miano przedsięwzięcia prestiżowego i na światowym poziomie.

Fashion Week to jednak nie tylko pokazy, to także ceremonie rozdania nagród w różnych konkursach, wystawy, koncerty, seminaria, konferencje prasowe oraz „to co tygrysy lubią najbardziej” - bankiety i afterparty. Subiektywne zestawienie „smaczków” polskiego Fashion Week stanowi okazję do degustacji tego wszystkiego, co podczas tygodnia mody wzbudzało największe emocje...

## Najlepszy pokaz zagraniczny

Warto zacząć od jakiegoś wrażenia pozytywnego, choć to akurat



wyjątkowo trudna kategoria. Jak bowiem wskazać faworyta w kwestii choreografii, czy też scenografii pokazów, gdy w wielu z nich brała udział ta sama grupa modelek, a przygotowywali je ci sami choreografowie? Skupimy się zatem na zawartości „merytorycznej”. Największe chyba uznanie publiczności - również jej części profesjonalnej - zyskał pokaz portugalskiego projektanta **Miguela Vieiry**. Jego perfekcyjne krawiectwo - ostre cięcia, dopasowane, precyzyjne konstrukcje, wysokiej jakości innowacyjne materiały - wzbudziły zachwyt na widowni. Konsekwentna kolorystycznie, różnorodna kolekcja, oryginalne buty, a wszystko w oprawie energetycznej muzyki - warto było czekać aż do 22-giej, aby to zobaczyć.

## Najlepszy pokaz zagraniczny

Kategoria niewątpliwie kontrowersyjna - z pewnością wiele osób się ze mną nie zgodzi. Nie można powiedzieć, żeby pokaz któregośkolwiek z zagranicznych gości okazał się totalną kłapą, ale z pewnością niektóre były przeciętne, a przynajmniej nie rzuciły na kolana. **Agatha Ruiz de la Prada**, promowana jako jedna z gwiazd FashionPhilosophy, zaprezentowała stroje dziewczęce, barwne, energetyczne. Problem w tym, że żadna jej kolekcja nie różni się od pozostałych, gdyż wszystkie wykonane są według formuły: maksimum koloru, minimum pomysłu (czy też konstrukcji), która w pewnym momencie po prostu się wyczerpuje (choć nie sposób odmówić hiszpańskiej projektantce talentu do tworzenia intrygujących dodatków). Nie zachwyciła też marka **Julian Red**, ponoć bardzo popularna w Szwecji. Największym jednak zawodem okazała się dla mnie kolekcja pokazana w ostatnim dniu tygodnia mody, w ramach **RE-ACT Fashion Show**. Gwóździem programu tej gali był pokaz berlińskiego domu mody **LAC ET MEL** i jego głównego projektanta - **Georga Clemensa**. Zdecydowanie pochwalam proekologiczne podejście wpisujące się w gorący eko-trend (**LAC ET MEL**, jako pierwszy dom mody na świecie, wdrożył całkowicie przyjazny środowisku naturalnemu proces produkcji), natomiast sama kolekcja mocno mnie rozczarowała.



PRODUCENT ELEGANCKIEJ KONFEKCJI  
DAMSKIEJ I MŁODZIEŻOWEJ  
Z TKANIN I DZIANIN

**Fabien**  
Style for women

POSZUKUJEMY  
PARTNERÓW  
HANDLOWYCH!!!

spódnice • bluzki  
garsonki • spodnie • sukienki • żakiety

98-220 Zduńska Wola, ul. Łaska 146, tel. kom. +48 508 13 25 02, tel./fax +48 (43) 824 37 14  
Szujemy krótkie serie z najnowszych tkanin włoskich, francuskich i niemieckich. Realizujemy zamówienia klientów.

**Ella** BAWELNA

PRODUCENT  
ODZIEŻY  
DAMSKIEJ  
w rozmiarach 40-54

JEANS

ZPHU "Ella"  
Elżbieta Nastarowicz  
98-240 Szadek, ul. Sadowa 20  
tel. 043 821 53 11, 0603 897 114  
e-mail: ella\_szadek@o2.pl  
stoiska: Tuszyń-HE132, Ptak-HD189

Zapraszamy do współpracy

SZTRUKS



**Firma konfekcyjna**

*Lanta*

*Firma konfekcyjna Lanta istniejąca od 1989 r. zajmuje się produkcją odzieży damskiej, kierowanej do aktywnych zawodowo, dynamicznych kobiet. Są to ubiory do pracy oraz na spotkania towarzysko - biznesowe. Wyroby nasze są zgodne z obowiązującymi trendami mody, w bogatej kolorystyce i dobrej jakości.*

*Asortyment naszych wyrobów to:  
żakiety, spódnice, spodnie, sukienki, bluzki.*

*Firma nasza zjednała sobie duże grono klientek na terenie swojego miasta oraz w całym kraju.*

*Współpracujemy z siecią salonów Eleganza.*



*Lanta*

Siedziba firmy: Łódź, ul. Legionów 125, tel. 042 639 76 33  
Sklep firmowy: Łódź, ul. Zachodnia 22, tel. 042 654 16 82  
Strona internetowa: [www.lanta.pl](http://www.lanta.pl)





Brak w niej było jakiegokolwiek idei przewodniej, spójności kolorystyki. Banalne konstrukcje i niewielka różnorodność fasonów szybko mnie znużyły (jedynym elementem godnym zauważenia były świetne, jasnożółte podszewki w stonowanych, beżowych ubraniach).

#### Najbardziej ekscentryczny gość

W świecie mody wręcz roi się od osób, które swoim strojem, fryzurą, zachowaniem wzbudzają mieszane reakcje. Czasami ta nietypowa otoczka jest dodatkiem do oryginalnej osobowości, wpływowej pozycji, czasami jednak ekscentryczna kreacja jest rozpaczliwą próbą zwrócenia na siebie uwagi. Wśród wielu stylowo ubranych osób, jakie codziennie pojawiały się na poszczególnych wydarzeniach FashionPhilosophy, największe zainteresowanie (a zarazem konsternację) wzbudzała **Diane Pernet**. Ta na oko pięćdziesięciokilkuletnia dama zawsze miała na sobie powłóczyste, czarne kreacje do ziemi, a na głowie upiętą misterną konstrukcję z czarnym welonem. Niezależnie od pory dnia i tego czy przebywa w pomieszczeniu, czy na zewnątrz, Diane ukrywała twarz za wielkimi szklami czarnych okularów, co nadawało jej nieco mroczny wygląd w połączeniu z bladą cerą i krwistoczerwonymi ustami. Diane Pernet jest znanym, wpływowym krytykiem mody, pracuje dla francuskiego Elle. Na pokazach stanowi oczekiwane, szanowanego gościa, którego opinia jest niezwykle cenna. Warto dodać, że zachwyciła się Łodzią i jej atmosferą oraz pochwaliła organizację całego FashionPhilosophy.

#### Najciekawsze wnętrza

Polski Fashion Week, choć był pierwszą imprezą tego typu, został od początku zaplanowany jako wydarzenie multidyscyplinarne, odbywające się jednocześnie na wielu płaszczyznach - nie tylko estetycznych, ale i przestrzennych. Różnorodne, niekiedy kontrastujące ze sobą wnętrza podkreślały wyjątkowość, zarówno samego FashionPhilosophy, jak i miasta Łodzi. Wielkim pozytywnym zaskoczeniem okazała się „modowa” odsłona łódzkiej **Hali Expo**, gdzie prezentowano większość kolekcji. Utrzymane w odcieniach amarantu i czerni, z minimalną ilością światła, skrytymi w mroku barami, nowoczesnymi, geometrycznymi meblami - wnętrze to nabrało charakteru luksusowego, wyrafinowanego, prawdziwie glamour. **Hotel Andel's**, którego otwarcie zbiegło się początkiem tygodnia mody oraz w którym zorganizowano kończącą go imprezę, zachwylił połączeniem minimalistycznej, nowoczesnej architektury i wzornictwa z wyeksponowanymi secesyjnymi oknami, czy też odkrytymi fragmentami ceglanego muru dawnej fabryki, w której go urządzono. Choć trudno dokonać jednoznacznego wyboru, miano najciekawszego wnętrza tej imprezy przyznam dawnej fabryce **Uniotex**. Zorganizowano tam między innymi pokaz firmy **Julian Red**. Jednak to nie kolekcja (mocno przeciętna) wzbudziła największy entuzjazm, lecz niesamowite, wiekowe hale byłych zakładów produkcyjnych - zniszczone, zaniedbane... Ich piękno trzeba dostrzec spod kurzu - opuszczona fabryka w swej samotności i zapomnieniu niejako drwi z ulotnej mody, która prezentowana jest w jej wnętrzu.

#### Największa kompromitacja

Przyznanie tego niechlubnego tytułu nie sprawi mi żadnych problemów. Trudno uniknąć jakichkolwiek wpadek przy wydarzeniu takiego formatu jak Fashion Week i jestem pełna podziwu dla organizatorów, którym zdarzyło się ich tak niewiele. Niestety, nie wszystko da się przewidzieć... **Konkurs Złota Nitka**, który w tym roku odbywał się już po raz siedemnasty, kończy się galowym pokazem kolekcji finalistów - co roku lepiej dopracowanym, coraz bardziej prestiżowym. I jest w tym jakiś paradoks, że profesjonalizm sfery techniczno-organizacyjnej staje się rokrocznie odwrotnie proporcjonalny do nie-profesjonalizmu prowadzących imprezę. W tym roku, zapewne by dodać wydarzeniu prestiżu, w roli konferansjerów wystąpili dziennikarze **Dorota Gardias-Skóra** i **Marcin Prokop**. O ile do pani Gardias nie mam zastrzeżeń, gdyż oprócz powalającego uśmiechu i pięknego ciała w złotej kreacji



**marynarki** [www.marynarki.info.pl](http://www.marynarki.info.pl)

# KONSTANTIN

"KONSTANTIN" PPHU  
Polska, 95-100 Zgierz  
ul. Łęczyńska 33  
tel./fax +48 42 716 43 25  
tel. kom. +48 663 77 21 77  
biuro@marynarki.info.pl

"Mega-Polros" Polska  
Rzgów, ul. Tuszyńska 72/74  
stanowisko - H128/132  
tel +48 602 588 008

- wzrost od 160 cm do 194 cm
- rozmiar od 46 (92 cm) do 68 (136 cm)

W asortymencie ok. 30 tkanin Wyrób profesjonalny

**JAZPOL**  
EXPORT - IMPORT  
PRODUCENT WYROBÓW DZIEWIARSKICH

# SWETRY CZAPKI SZALIKI

oraz nietypowe usługi

Polska  
95-760 Łódź, ul. Włoczyńska 30a  
tel. +48 (42) 648 43 67, tel./fax +48 (42) 648 41 93  
tel. mob. +48 604 44 14 63  
e-mail: jazpol@amicus.lodz.pl, www.jazpol.com.pl



Paprocki-Brzozowski okazała się ona sprawna, dobrze przygotowaną prowadzącą, o tyle Marcin Prokop co najmniej rozczarował... Na przemian mówił swoje (lub pani Doroty) kwestie raz po polsku, raz po angielsku, choć na początku zapowiedział, iż będzie posługiwał się wyłącznie językiem angielskim (z uwagi na wielu zagranicznych gości). Był wyraźnie nieprzygotowany i niezorientowany co właściwie prowadzi, o co w tej imprezie chodzi, a każdy jego kolejny żart wydawał się gorszy od poprzedniego... Słowem: porażka, której ukoronowaniem było skomentowanie występu **Dominiki Gawędy**, kończącego pokaz **Agathy Ruiz de la Prada**, słowami „dziękujemy za występ... naszej wokalistce” - gdyż najwyraźniej pan Prokop nie został poinformowany lub też sam się nie doinformował kto zaśpiewa...

#### Największe zaskoczenie

Pierwsze edycje wszelkich ważnych wydarzeń niosą za sobą wiele ryzyk, wątpliwości i nieprzewidywanych sytuacji. Okazuje się, że dla przeważającej części polskiego środowiska modowego ogromnym zaskoczeniem było, iż na miasto, w którym odbędzie się tydzień mody wybrano Łódź. Oczywiście, organizatorzy uznali, że wobec włókienniczo-fabrykanckiej historii oraz faktu, iż Łódźka Akademia Sztuk Pięknych kształci najsłynniejszych polskich projektantów, naturalne jest ulokowanie FashionPhilosophy właśnie w tym mieście. Tym większym dla nich z kolei zaskoczeniem był fakt, iż „obrażona” Warszawa tak niechętnie stawiała się - w osobach projektantów, dziennikarzy czy tzw. celebrytów - na wydarzeniach tygodnia mody. Wydaje się, że skoro pierwszy polski Fashion Week odniósł ogromny sukces, ludzie mody z Warszawy, którzy z góry go zignorowali, muszą czuć się wielce zaskoczeni: jak mogli popełnić taki błąd?...

#### Najciekawsze połączenie

FashionPhilosophy obfitował w ciekawe połączenia - mody z muzyką, fotografią czy ekologią; łączył style, miksował tendencje. Na największą pochwałę zasługują pomysły organizatorów, by w ramach tego prestiżowego wydarzenia zawrzeć nie tylko pokazy uznanych już projektantów, ale również najważniejsze konkursy dla nowego pokolenia twórców, którzy stanowią wielką wartość, a przy tym tak bardzo potrzebują promocji. **XVII edycja Złotej Nitki** - po raz pierwszy w wymiarze międzynarodowym - była najważniejszą galą w drugim dniu Fashion Week (29 maja). Z kolei inna gala - **Gala Dyplomowa Katedry Ubioru ASP w Łodzi**, która odbyła się już po raz XIV, zastąpiła nareszcie dwie konkurujące imprezy, które przez lata rywalizowały o dyplomantów biorących w nich udział. Z kolei **Fashion Designer Awards**, który otworzył FashionPhilosophy 28 maja, to nowy, ogólnopolski projekt przygotowany z myślą o młodych, utalentowanych ludziach, którzy dopiero marzą o tym, by profesjonalnie zająć się projektowaniem ubioru. I wreszcie: **RE-ACT Fashion Show**, w ramach którego projektanci wzięli udział w konkursie na kolekcję z recyklingu. Zestawiając ze sobą tak wiele konkursów o różnym charakterze, tydzień mody zarazem podniósł rangę każdego z nich, a co za tym idzie - także samego w nich udziału oraz zdobytych wyróżnień. Oby więcej takich udanych połączeń!

#### Najważniejsza cecha

Najważniejszą cechą pierwszego polskiego Fashion Week była koncentracja na modzie. Brzmi banalnie? Nie, gdy zastanowimy się, jak obecnie na co dzień prezentowana, opisywana jest moda w rodzimych mediach. Moda stała się dodatkiem do krajowego życia salonowego, elementem kreacji polskich celebrytów. Promuje się w Polsce wciąż kilku tych samych twórców, nie dopuszczając do głosu młodych. Czołowi polscy projektanci zdają się zajmować jedynie tworzeniem kolejnych sukien wieczorowych dla gwiazd seriali. FashionPhilosophy przełamał ten trend - tu rzeczywiście chodziło o modę. O jej rozwój, kondycję; o pomysł, oryginalność; o warsztat. Podczas tygodnia mody wreszcie wartością było nie nazwisko, lecz talent i jakość. Za tę konsekwencję, za powrót do właściwej hierarchii, do równowagi oraz za odwagę - pełny podziw dla organizatorów.

Czy już się Państwo rozsmakowali? Cóż, trudno połączyć wszystkie doznania w jednym artykule... Miejmy nadzieję, że tygodnie mody w Polsce co roku będą wspinała uczta dla wszystkich zmysłów.

*Magda Konarska  
foto: AKPA*



### La Cocco producent odzieży damskiej.

Zapraszamy do współpracy sklepy odzieżowe  
i przedstawicieli handlowych w całej Polsce.

www.lacocco.pl  
e-mail: lacocco@lacocco.pl  
tel. 693-548-582





# STARCIE GIGANTÓW, czyli PUNKTY PRZECIWSTAWNE



Łódź - miasto, które rozwinęło się za sprawą przemysłu włókienniczego - dołączyło do szanownego grona miast oficjalnie związanych z modą, takich jak Paryż, Londyn, Mediolan czy Nowy Jork. Twórcy Łodzi Przemysłowej - fabrykanci, nazywani królami polskiej bawełny - Izrael Poznański, Henryk Grohman, Karol Scheibler i Ludwik Geyer - z przemysłowych zaświadków spoglądali z zachwytem na triumfalny powrót Ziemi Obiecanej. Ziemia tym razem została obiecana projektantom. Pojawiły się czerwone dywany, limuzyny i znakomitości oblegane przez fotoreporterów oraz przyszłe, potencjalne lub niedoszłe znakomitości, których nikt nie tylko nie oblegał, ale nawet nie zauważał. Projektanci, kreatorzy, styliści, kolekcje i modelki. Podczas Tygodnia Mody FashionPhilosophy widziałam wiele pokazów, w tym dwa rangi światowej.

Dwa punkty przeciwstawne na osi wybiegu, czyli **Agata Ruiz de la Prada** i **Georges Chakra**. Wielkie nazwiska i wielkie osobowości - oto co ich łączy i powoduje, że znajdują się na poziomie powierzchni sławy Wielkich Projektantów. Cała reszta ich dzieli i rozsuwa na długości osi. Tę odmienną można było obserwować i podziwiać

na tegorocznym święcie mody, jakim niewątpliwie był Fashion Week Poland w Łodzi. Pierwszą imprezą był konkurs I edycji **Fashion Designer Awards**, podczas którego zachwycam się pokazem znakomitej kolekcji Chakry. Pochodzi z Libii, projektuje od 23 lat, od 2001 r. prezentując swoje kolekcje podczas Tygodnia Haute Couture w Paryżu - jednego z najbardziej prestiżowych wydarzeń mody na świecie. Oglądając jego kolekcję „Lato 2009” - prawie piałam z zachwytem. Moim sercem i głową niepodzielnie zawładnęła cudowna, nieziemska, zachwycająca kolorem, czarująca fakturą, porażająca doskonałością, olśniewająca detalem i szczegółem (w którym tkwi całe stado diabłów) żółta suknia z plisowaną aplikacją. To prawdziwe dzieło mody i sztuka przez duże „S”. Kiedy na wybiegu ukazała się modelka w tej boskiej sukni, z większości ust widzów wyfrunął mimowolny jęk zachwytem. Wszyscy obecni poczuli oddech wielkiego krawiectwa, w starej fabryce powiało wielkim światem. Lekka i zwiewna, a jednocześnie ciężka od warstw sukni, swobodnie spływała kaskadą z ramion modelki do samej ziemi. Kolor nieregularnie farbowanego materiału przechodzi od żółci do ciemnego brązu. Nasycenie koloru jest maksymalne, a dodatkowy efekt



**PRODUCENT  
DAMSKICH  
I MŁODZIEŻOWYCH  
NAKRYĆ GŁOWY**

kapelusze, kaszkiety, dzokejki  
wykonywane z różnych materiałów  
takich jak:  
tkanina, dzianina i filc wełniany 100%,  
tkanina bawełniana i inne mieszanki

**Suntex**  
Barbara Staszewska  
05-070 Sulejówek, ul. Wiśniowa 6  
tel./fax +48 22 783 12 51  
tel. kom. +48 501 49 15 82  
e-mail: suntex@suntex.com.pl  
www.suntex.com.pl


Producent Konfekcji  
Damskiej i Młodzieżowej

**Novel**

poleca

**WIZYTOWE  
SUKIENKI,  
GARNITURY  
I KOMPLETY**

Polska  
05-120 Legionowo, ul. Kościuszki 25 a  
tel./fax +48 (22) 784 41 88, +48 502 765 292  
e-mail: novel5@wp.pl





przenikania barw wynika z nakładania się na siebie warstw półprzezroczystej tkaniny. Chakra uzyskał znakomity efekt mżenia dzięki plisowanej aplikacji, która udrapowana jest tak pięknie, że z daleka wygląda jak girlanda kwiatów. Pozostałe suknie składające się na kolekcję były potwierdzeniem słynnej precyzji i profesjonalizmu Chakry. „Wszystko jest w detalu, luksus jest w detalu” - tak brzmi jego leitmotiv i widać było, że to nie puste słowa.

Wycinanki, aplikacje, zabawa materiałem, tkaniną, fakturą i formą - to opis, który doskonale charakteryzuje zarówno pokaz letnich sukien Chakry... jak i jesienno-zimowej kolekcji Agaty Ruiz de la Prady. Jednak nikt przy zdrowych zmysłach nie pomyliłby sukien tych projektantów. **Agatha Ruiz de la Prada** jest dumą hiszpańskiej mody. Niefortunna zbieżność nazwisk powoduje, że przez dyletantów często jest mylona z włoską projektantką Miuccią Pradą. Jednak różnica patrzenia na modę między paniami jest mniej więcej taka, jak między Pałacem Poznańskiego a Białą Fabryką Geyera. Miuccia Prada jest uznawana za jedną z trzydziestu najbardziej wpływowych kobiet Europy, posiadającą klasyczny, niezawodny smak. Projekty Agathy Ruiz de la Prady najczęściej opisuje się jako „niesforne i optymistyczne”, ocierające się o surrealizm unurzany w orgii optymistycznych kolorów (różowy, żółty, czerwony, fioletowy i niebieski). Jako projektantka swą karierę rozpoczęła w latach 80., od razu zwracając na siebie uwagę świata mody. Słynie z zamiłowania do niekonwencjonalnej zabawy kolorami, co w wolnym tłumaczeniu znaczy, że łączy ze sobą kolory, których nikt inny nie odważyłby się połączyć, nie narażając się przy tym na podejrzenie o daltonizm. Jej pomysły na ubrania to surrealizm lub powrót w świat dzieciennych kolorowanek i marzenia o landrynkowych polach, jednak bez przekroczenia niebezpiecznej granicy, za którą jest infantylnizm. Kolekcję jesień-zima 2009/2010 oglądałam podczas 17. edycji **Złotej Nitki** - znanego konkursu dla projektantów, zorganizowanego w ramach Fashion Week. Artystka, którą nagrodzono specjalną Złotą Nitką, strojem doskonale pasowała do własnej kolekcji, czym uwierzytelniła swoje przesłanie. Projektuje dla odważnych i lubiących bawić się modą kobiet, którym niestraszne szalone kolory ani ekscentryczne dodatki. Jej pokaz przerodził się w prawdziwy show z błyskami kolorowych świateł, dymami i monsunowym deszczem wielkiego, różowego, błyszczącego konfetti, które stało się dla tego pokazu przysłowiową kropką nad „i”. To kolekcja, którą można przepisywać jako antydepresant każdej z kobiet Almodovara, czyli takich, które są na skraju załamania nerwowego. Szokowa terapia kolorem potrafi zdziałać cuda - medycyna zna takie przypadki.

Cudowna różnorodność dwóch znakomitości świata mody widziana z bliska, była jak starcie gigantów oglądane z balkonu własnego domu. Ziemia się zatrzęsała, a lud wiwatował. Nie było wygranych, bo o gustach się nie dyskutuje. Zostało zadowolenie i zachwyt, że na własne oczy to widziałam. Widziałam dwa punkty przeciwstawne na osi, a przecież od dawna nie zajmuję się geometrią.

*Tekst i foto: Joanna Hrk*



## PRODUCENT ODZIEŻY DAMSKIEJ



SUKIENKI · SPÓDNICE · SPODNI  
ŻAKIETY · GARSONKI · PŁASZCZE · KURTKI

**JB Produkcja Odzieży s.c.**

50-207 Wrocław, ul. Dubois 33/35

tel. (071) 328 96 09, (071) 328 92 25, fax (071) 328 92 25

e-mail: [jb@jb.wroc.pl](mailto:jb@jb.wroc.pl), [www.jb.wroc.pl](http://www.jb.wroc.pl)



**Powierzchnia Handlowa w Centrum Łowicza****CZYN SZ = 0 zł !!!****Tylko dla firm z dobrym stażem działalności**

Firma o bogatym doświadczeniu w handlu (rok zał. 1989), posiadająca 450 m<sup>2</sup> powierzchni sklepowej, zaprasza producentów odzieży do współpracy na zasadach zbliżonych do komisu:

- 0 zł opłat czynszowych • cena towaru określana przez producenta • w przypadku nie sprzedania możliwość zwrotu towaru do producenta.

**Uwaga!****Możliwość odrębnej ekspozycji asortymentu!**

**Firma Handlowa JNKA MAŁKA-KOZŁOWSKA**  
95-060 Brzeziny, ul. Św. Anny 16, tel. 0512 462 175

*Eden*

rok zał. 1991

**HURTOWNIA ODZIEŻY**

Zapraszamy do współpracy producentów i importerów odzieży i bielizny damskiej, męskiej i dziecięcej

**Siedziba:**

41-913 Bytom, Sikorskiego 17  
tel./fax +48 (32) 289 34 18, +48 510 046 810  
e-mail: edenhurt@interia.pl, www.edenhurt.pl

**Sklepy firmowe:**

- 41-902 Bytom, Korfańskiego 2 (róg Katowickiej)  
tel. +48 (32) 289 89 43
- 41-902 Bytom, Piekarska 27  
tel. +48 (32) 387 07 13

**MODENI**

Buongiorno Principessa

www.MODENI.eu



**HURTOWNIA  
ODZIEŻY  
ANNA**

**ATRAKCYJNA  
ODZIEŻ  
MŁODZIEŻOWA  
I DAMSKA**

**ANNA - HURTOWNIA ODZIEŻY**

52-200 Wrocław 65 - Wysoka

ul. Radosna 9

(przedłużenie ulicy Ołtaszyńskiej we Wrocławiu)

tel. (071) 391 39 04

tel./fax (071) 391 38 04

tel.kom. 0601 700 802

www.anna.wroc.pl

e-mail: anna@anna.wroc.pl

**ZAPRASZAMY DO STAŁEJ WSPÓŁPRACY  
PRODUCENTÓW, IMPORTERÓW, ODBIORCÓW**





# Złote Nitki 2009 dla absolwentek SAPU

**Absolwentki Szkoły Artystycznego Projektowania Ubioru** zajęły pierwsze miejsce w obydwu kategoriach najważniejszego Międzynarodowego Konkursu dla Projektantów Złota Nitka w Łodzi. Duet **Małgorzata Grzywnowicz** i **Małgorzata Węgiel** zdobyły



MAGDALENA ŚMIELAK



Złotą Nitkę w kategorii Pret-a-Porter, **Magdalena Śmielak** wygrała w kategorii Premiere Vision.

Do eliminacji XVII Międzynarodowego Konkursu dla Projektantów Ubioru zgłoszono 98 kolekcji z Polski,



MAGDALENA DĄBROWSKA



Izraela, Ukrainy, Białorusi, Danii, Hiszpanii, Litwy i Wielkiej Brytanii. Wśród 27 kolekcji zakwalifikowanych do finału znalazło się 12 autorstwa absolwentów i studentów Szkoły Artystycznego Projektowania Ubioru w Krakowie!



GRZYWNOWICZ &amp; WĘGIEL



GRAŻYNA ŁOBODA



Prace młodych projektantów oceniano z jednej strony Jury Kreatorów, w którego skład wchodził projektanci: **Agatha Ruiz de la Prada, Anna Jalczak, Marcia Paprocki, Mariusz Brzozowski, prof. Barbara Hanuszkiewicz (ASP, Łódź), Agnieszka Jacobson-Cielecka**

(Łódź Design 2009), **dr Jerzy Gawel** (dyr. SAPU, Kraków) oraz z drugiej Jury Medialne pod przewodnictwem **Hanny Gajos** (Redaktor Naczelnej Rynku Mody).

**Małgorzata Grzywnowicz** i **Małgorzata Węgiel** wywalczyły Złotą Nitkę w kategorii Pret-a-Porter za kolekcję „Phantas


**Magoria**”, im również przyznało palmę pierwszeństwa Jury Medialne. **Magdalena Śmielak** wygrała w kategorii Premiere Vision kolekcję „Destrukcja” i otrzymała wyróżnienie Mediów. Zdobyte Złotej Nitki to także niebagatelna nagroda finansowa w wysokości 20 tysięcy złotych w każdej kategorii, ufundowana przez Prezydenta Miasta Łodzi.

Kolejna absolwentka SAPU, **Magdalena Dąbrowska**, zdobyła główną nagrodę Mediów w kategorii Premiere Vision oraz wyróżnienie Jury Kreatorów za kolekcję „Mechanika Piękna”.


Również i inni absolwenci krakowskiej szkoły zostali docenieni: **Dąbrowka Szopa** - wyróżnienie Jury Kreatorów i Jury Mediów; **Marta Mandla** i **Szymon Rychlik** - wyróżnienie Jury Kreatorów; **Grażyna Łoboda** - wyróżnienie Jury Mediów.

W tym roku absolwenci krakowskiej Szkoły Artystycznego Projektowania Ubioru ustawili bardzo wysoko poprzeczkę dla swoich kolegów z następnych roczników. Prestiżowe zwycięstwa na Złotej Nitce i statuetka „The Best School”, otrzymana w kwietniu przez szkołę na Międzynarodowym Konkursie „Habitus Baltija” w Rydze, zobowiązują.

[www.ksa.edu.pl](http://www.ksa.edu.pl)



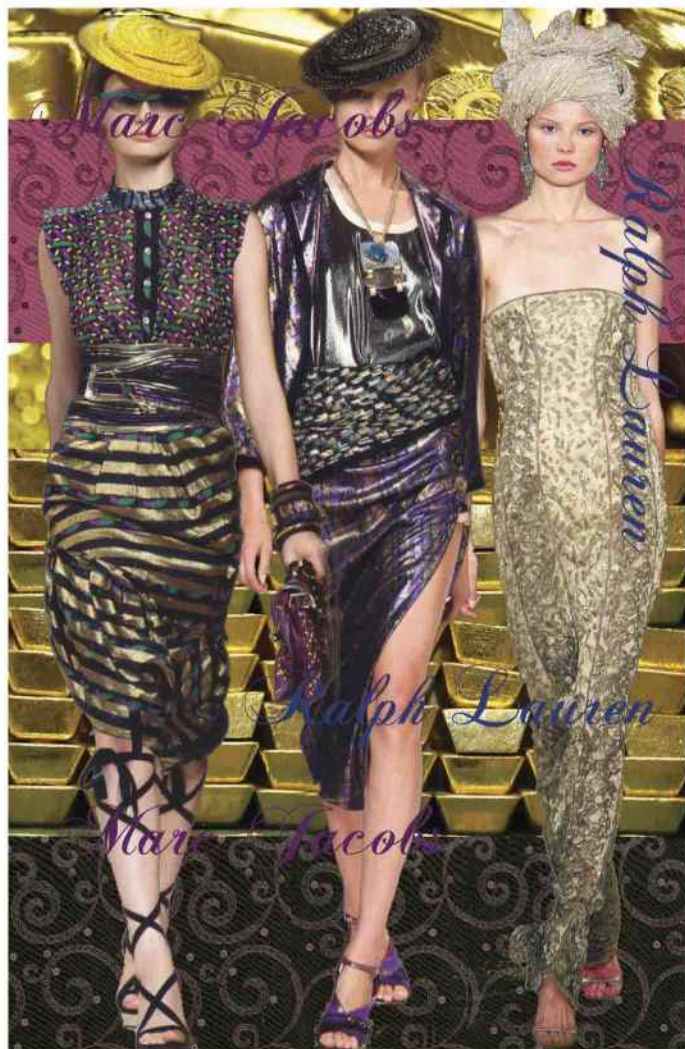
**HURTOWNIA ODZIEŻY DAMSKIEJ I MŁODZIEŻOWEJ**  
zaprasza do współpracy



Polska, 35-210 Rzeszów, ul. Baczyńskiego 1  
tel. +48 (17) 852 23 67, tel./fax +48 (17) 852 23 68  
tel. kom. +48 606 877 866, e-mail: [anna@anna.rzeszow.pl](mailto:anna@anna.rzeszow.pl)



# Na pohybel kryzysowi



Kryzys ekonomiczny, który ostatnio zachwiał gospodarką, rozpoczął się od zapasów rynku pożyczek hipotecznych wysokiego ryzyka w USA. Stany Zjednoczone żyły ponad stan od ćwierć wieku (!). Finansowe tsunami zatrzęsło wszystkimi gałęziami gospodarki światowej, a ekonomiści prześcigają się w prognozach i ozdrowieńczych receptach. W dobie globalizacji banków i rynków finansowych widzimy spadające na łeb, na szyję indeksy na Wall Street, a w ślad za nimi indeksy w Londynie, Tokio, Warszawie i nawet Pcimiu Dolnym. Kiedy media odmieniają słowo „kryzys” przez wszystkie przypadki, świecą nam w oczy pustką bankowych rezerw, pamiętajmy, że są tacy, którzy mają dla nas coś więcej niż tylko szeroki pas do zaciągania. Na pohybel kryzysowi odrzucają skromne szatki pokutne i prowokują bogactwem.

**Marc Jacobs**, amerykański projektant mody z Nowego Jorku, znany jest z tego, że projektując nie kieruje się aktualnymi trendami. Kryzys? No to co, że kryzys. Jego propozycje to metaliczne, połyskujące brokatem tkaniny - złote, srebrne, fioletowe. Motywem przewodnim są paski. Patrząc na wielkie, naturalne kamienie uwieszone w formie biżuterii na szyi można wywnioskować, że inspiracją kolekcji były kamienie szlachetne oprawne w równie szlachetne metale. Zauważalny jest zwłaszcza ametyst, turkus i malachit, co na język koloru przekłada się jako fiolet, błękit i zielenie gęsto inkrustowane złotem i srebrem. Sukienki i bluzki połączone są ze sobą podkreślającym talię paskiem. Mimo różnych kierunków pasków, z odległości ubranie daje wrażenie spójnej całości. Długość, linia i dodatki lekko nawiązują do stylizacji lat 40. ubiegłego wieku. Przephych błysków i nasycenia koloru, a nawet wzory mogą kierować skojarzenia w stronę Dalekiego Wschodu, jednak zakładamy, że to nie nałożnice sułtana, ale mieszkanki Nowego Jorku będą paradować w tych kreacjach po wylekzionych widmem kryzysu ulicach. Prowokacja?

Na pewno nie w wypadku **Ralph Laarena**, który jest uosobieniem amerykańskiego snu o zostaniu milionerem w wyniku własnej pracy. Ralph Lifschitz, najmłodszy syn rosyjskich imigrantów, urodził się w 1939 r. w Bronksie w Nowym Jorku. Jak większość dzieci pragnął mieć wszystkie zabawki i móc robić wszystko na co miałby ochotę, chciał być milionerem. Teraz, gdy jego imperium zapewnia mu zdecydowanie więcej niż milion, nie będzie schylał głowy przed kryzysem. Jak uczy doświadczenie: żadnych ustępstw! Jak przystało na marzyciela, ten znakomity projektant przenosi nas na skrzydłach swojej wyobraźni do krainy tysięcy i jednej nocy. Wschodnia księżniczka nie może być uboga - wiadomo powszechnie, że bez zapachu złota w powietrzu nie może oddychać.

Działania, które mają osłabić kryzys przez afirmację bogactwa mają miejsce również po drugiej stronie oceanu. **Miuccia Prada**, włoska projektantka, wnuczka założyciela Domu Mody Prada, ma niezawodny sposób na poprawienie humorów. Jej obroną przed kryzysowymi smutkami, wzmocnionymi przez smutki jesienne jest... złoto.



**tkaniny.com.pl**

GRUPA MARKETEO.COM



marketeo.com  
platforma handlowa

Serwis **tkaniny.com.pl** współtworzy platformę handlową **MARKETEO.COM**, przeznaczoną dla producentów i dystrybutorów posiadających określony asortyment w stałej lub czasowej ofercie. Użytkownicy platformy mają możliwość bezpłatnego dodawania informacji o firmie i szczegółowego opisu asortymentu, który oferują. Ideą **MARKETEO.COM** jest tworzenie bazy produktowej będącej kompleksową informacją dla potencjalnego nabywcy. Spółka notowana na rynku NewConnect.



**tkaniny.com.pl**  
GRUPA MARKETEO.COM

Aktualności  
Nowości  
Warto wiedzieć  
Publikacje  
Targi  
Edukacja  
Sondy  
Polecam

Giełda Pracy  
Prezentacje firm  
Katalog Firm  
Business Blog  
Newsletter  
Fotogaleria  
Forum

GRUPA MARKETEO.COM



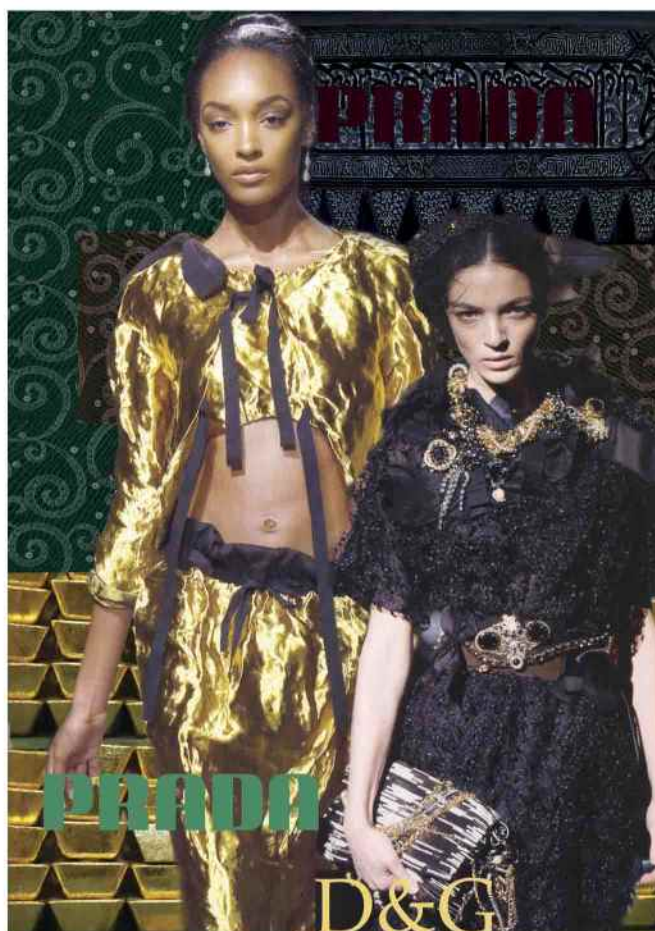


Naukowcy szacują, że dotychczas na świecie wydobyto ok. 150 tysięcy ton złota. Ilość złota w morskiej wodzie i osadach ocenia się na 10 miliardów ton. I jak tu mówić o kryzysie? Wszak złoto jest trwałą, niemal niezniszczalną i akceptowaną w każdej epoce i miejscu formą kapitału. Do kobiety ubranej w suknię od Prady można czule wyszeptać: „moje Złotko”, nie dziwiąc się, gdy odpowie piosenką: „cała jestem w pozłotkach...”. Byłoby to o tyle naturalne, że tkanina wykorzystana w kolekcji przypomina swoją strukturą płatki złota, a dokładniej gigantyczne jego płachty.

Znana jest powszechnie włoska miłość do przepychu. Nic więc dziwnego, że włoscy projektanci chętnie schlebiają swojemu gustowi, nie oglądając się na kryzysową rzeczywistość. **Dolce & Gabbana**, czyli Domenico Dolce i Stefano Gabbana, to światowy dom mody, który oznak kryzysu nie wpuszcza za bramę pracowni krawieckiej. Nawet zapobiegliwi, uzbrojeni w lupę ochotnicy, śledzący postępujący kryzys, nie znajdą ani rysu, ani smugi cienia na obrazie uwielbienia bogactwa. Nie bez przyczyny styl ostatniej kolekcji D&G określany jest jako barokowy. W kolekcji dominuje czerń, czasem w kontraście z bielą, co przy odrobinie wyobraźni można zinterpretować jako symboliczną żałobę po tłustych latach. Płaczki uzbrojone w czarne woalki szybko wymierzą karę kryzysowi. Czarne, ale bogate wdowy wymuszają na kryzysie odwrót z zajmowanych pozycji i to z podkulonym ogonem. Metalizowana, czarna organza wyszywana błyszczącymi, czarnymi kryształkami, tiul aplikowany czarną błyszczącą wstążką, aksamitowe kokardy, żakardy kapiące złotem i oczywiście girlandy biżuterii.

Słynna giełdowa maksyma mówi: „Kupuj akcje, gdy na parkiecie leje się krew”. Na użytek świata mody można go przerobić i wtedy brzmiałaby na przykład tak: „Kupuj suknie, niezależnie od tego, co dzieje się na parkiecie”. Pojawiają się pytania o etykę. Czy w dobie kryzysu epatowanie przepychem jest na miejscu? Odpowiedź jest prosta: w tych przebogatych kolekcjach nie ma miejsca na biedę. Dla tych, którzy na karku poczuli zimny oddech kryzysu mam pocieszającą informację - niedługo Złota Polska Jesień i to całkiem za darmo :-)

*Tekst i collage: Joanna Hrk*



**SHARK**<sup>®</sup>

**SKLEP  
HURTOWNIA  
ELEGANCKIEJ  
ODZIEŻY  
DAMSKIEJ**

(1000m<sup>2</sup> powierzchni)

Polska  
60-693 Poznań  
ul. Obornicka 251  
tel./fax +48 (61) 822 67 71  
tel. +48 (61) 822 69 71  
e-mail: [biuro@shark.com.pl](mailto:biuro@shark.com.pl)

**ZAPRASZAMY  
DO WSPÓŁPRACY**





**Międzynarodowe Targi Poznańskie - Małgorzata Nowak-Sowińska, Elżbieta Roeske**

*Pragniemy złożyć Panu najserdeczniejsze gratulacje z okazji 100 wydania czasopisma BUSINESS IMAGE.*

*Jubileusz to doskonała okazja, aby podziękować za dotychczasową wieloletnią, serdeczną współpracę oraz życzyć Redakcji wielu kolejnych udanych wydań.*

*Jest nam niezmiernie miło, że możemy być partnerami Pana Wydawnictwa. Mamy nadzieję, że nasza współpraca nadal będzie się pomyślnie rozwijać.*

*Życzymy Panu i zarządzanemu przez Pana wydawnictwu licznych sukcesów w kolejnych latach działalności na rynku prasy branżowej, a wszystkim pracownikom wielu wspaniałych osiągnięć.*

**Adam Mroziński - Grupa MARKETEO.COM**  
- portale branżowe, m.in. [Tkaniny.com.pl](http://Tkaniny.com.pl), [Zabawki.com.pl](http://Zabawki.com.pl)

*Panie Piotrze!  
Redakcja IMAGE należy do grona tych, z którymi najlepiej nam się współpracuje.  
Pozdrawiamy serdecznie z Bydgoszczy!*

**Jerzy Osika - PROMEDIA - wydawca tytułów dla branży odzieżowej i tekstylnej - Moda Męska, Moda Damska, Producent Odzieży, Obuwie i Galanteria**

*Gratuluję Tobie i całemu Zespołowi Image setnego wydania czasopisma. Wasza Praca, to doskonały przykład konsekwencji w działaniu, bez względu na zmieniające się warunki rynkowe. Zawsze podziwiałem inicjatywę IMAGE na rzecz promowania polskiej mody, nie tylko w kraju, ale także zagranicą, w szczególności na rynkach Europy Wschodniej. Osobiście mile wspominam naszą współpracę na targach w Moskwie, którą utkwili mi w pamięci, jako doskonały przykład na to, że mimo konkurowania na rynku, można doskonale współdziałać i pomagać sobie poza krajem. Wdzięczny jestem Ci także za otwartość na działania public relations i stałe publikowanie informacji o obsługiwanych przez nas w zakresie PR najlepszych międzynarodowych markach. Gratuluję wspaniałego, zaangażowanego, obdarzonego wysoką kulturą osobistą sympatycznego zespołu, z którym spotkanie podczas krajowych i zagranicznych imprez targowych jest zawsze przyjemnością. Jak twierdzi stare biznesowe przysłowie - „Jakość menedżera poznaje się po jakości ludzi, których zatrudnia”. Życzę Wam kolejnej setki udanych wydań IMAGE!*

**Joanna Hrk - dziennikarka, znawczyni mody, artystka, fotografik, scenarzystka**

*Mam to szczęście, że współpracuję z Piotrem prawie od początku istnienia „IMAGE”. Piotr zawsze czyta wszystkie artykuły, czasem nawet dwa razy, jeśli ma niejasność w temacie - dopytuje, a ja się grzecznie spowiadam. To rzadka cecha, a jest wyrazem profesjonalizmu i odpowiedzialności za drukowanie słowa pisanego. Gratuluję 100 i życzę wytrwałości. Królu Złoty - niech sztormy kryzysu omijają Cię dalekim łukiem. 200 wydań!*

**Piotr Król - niepozorny, uśmiechnięty 35-latek - właściciel i wydawca BUSINESS image - CZASOPISMA BRANŻY ODZIEŻOWEJ I TEKSTYLNEJ - gazety, która od wielu lat dostarcza informacji o modzie, jej produkcji i sprzedaży. Tytułu, który z pewnością na trwale wrył się w świadomość polskiego przemysłu, jak również w pewnym sensie wychował wielu jego przedstawicieli.**

**100 wydanie BUSINESS image! Gratuluję! Co czujesz gdy o tym myślisz?**

Dumę, niedowierzanie, zadowolenie i... bagaż doświadczeń na karku.

**Dobrze się do 100-tki. A jak było na starcie?**

Nie mogę powiedzieć, że założyłem image z potrzeby zaspokajania pasji obcowania z modą... Moją wcześniejszą pasją była poezja, muzyka (i nie mówię tu o zamyśleniu nad tomikiem czy o oglądaniu kanałów muzycznych, a o jej wykonywaniu) i... ludzie, a właściwie ich doświadczanie, obcowanie i sycenie się nimi. Tak się jednak złożyło, że na starcie w odpowiedzialne życie (czytaj - zarobkowe) splot wydarzeń uwikłał mnie w pracę w reklamie, dokładniej w jej dźwiękowym wymiarze. W pewnym momencie miałem możliwość przyglądania się działalności firmy zajmującej się czasopismem dla branży odzieżowej. Kolejny splot wydarzeń sprawił, że dostałem propozycję objęcia funkcji Redaktora Naczelnego czasopisma „Ptak Media” edytowanego przez rozwijające się w tamtych latach Centrum Handlowe PTAK. Jednak, w którymś momencie współpraca stała się trudna - z uwagi na różnice zdań z właścicielami tytułu zostałem odsunięty od swojej funkcji. Jak się później okazało, miałem rację ze swoimi zastrzeżeniami, a pod moją nieobecność czasopismo w szybkim czasie zmuszone było do zawieszenia swojej działalności. Przez kolejny rok wspólnie z przyjacielem, **Zbyszkciem Fidosem**, kontynuowaliśmy wydawanie „Ptak Media” na własną rękę, jednak Zbyszkowi zawsze bliższe było dziennikarstwo radiowe, toteż w zgodzie rozwiązaliśmy naszą spółkę (przyjaźnimy się do dziś), a ja postanowiłem powołać do życia image - ale tym razem zupełnie sam i po swojemu.

**Trudne były to początki?**

Wrózono mi rychły upadek. Niejeden „specjalista” stwierdził, że startowanie z taką gazetą w okresie, gdy z jednej strony mieliśmy na rynku wydawniczym maksymalną ilość tytułów dla branży odzieżowej i tekstylnej (wiele z nich już o kilkuletniej swojej historii), zaś z drugiej rozpoczął się pierwszy poważny krach handlu ze Wschodem, który spowodował falę upadku wielu polskich firm - jest totalnym szaleństwem! Jednak wiedziałem swoje i „robiłem swoje” - konsekwentnie, cierpliwie, bez zbędnych fanaberii i zachłystywania się sukcesem od pierwszego momentu - wydawaliśmy solidnie numer za numerem. Konkurencja się wykruszyła, a ja w chwili obecnej mam paradoksalną sytuację - jestem najmłodszym wydawcą najstarszego tytułu w swojej kategorii.

**W którym roku ukazał się pierwszy numer image i skąd pomysł na tytuł?**

Dokładniej - BUSINESS image. Poprawiam nie bez powodu, a w nawiązaniu do Twojego pytania, ponieważ wiąże się z tym anegdota. Rzeczywiście, pierwotny pomysł na tytuł brzmiał „image” - jako coś oddającego obraz, rzeczownik kojarzył się z modą i jej prezentacją, z pokazami, ze zdjęciem z żurnala. Chciałem żeby tak brzmiał tytuł, ale przy jego rejestracji w sądzie okazało się, że jest zajęty (nie wiem czy był aktywnie publikowany). Sędzia zasugerował mi bym „na szybko” coś dołożył na początku, pomyślałem o słowie „tekstil” i jego wszelkich kombinacjach, ale za bardzo skojarzyłby się z istniejącym wówczas „Textil Medium”. Drugim pomysłem na przedrostek był „business”. „Image” sugerowało modę, a „business” jej przełożenie na sferę interesów. Tym samym określiłem specyfikę czasopisma, której wiernie trzymam się do dziś. Warto dodać, że cała burza mózgu trwała 3 minuty, łaskawie użyczone przez sędziego.

**A jaka jest specyfika BUSINESS image (tym razem dobrze :-)?**

Adekwatnie do tytułu przedstawiamy handlowy wymiar polskiej mody. Staramy się pełnić funkcję łącznika pomiędzy poszczególnymi segmentami rynku, pracującymi na ostateczny efekt, jakim jest sukienka czy garnitur w ręku klienta. Przedstawiamy handlowcom producentów odzieży (w szerokim znaczeniu), producentom przybliżamy oferty związane z komponentami dla nich koniecznymi, czyli informacje o tkaninach, dzianinach, dodatkach krawieckich, przędzy, zaś wszystkim powyższym prezentujemy oferty związane z maszynami do produkcji tego co oferują. Staramy się „przysławiać” i prezentować konkrety.



# 100% 0 BUSINESS image

## Czy BUSINESS image to gazeta reklamowa?

Słyszę czasami takie sugestie, wtedy mam pewność, że rozmówca nawet nie zajął do czasopisma... Łatwo się przekonać, że proporcja publicystyki do reklamy ma się przynajmniej 50/50. Ponieważ głównym założeniem od początku było i jest masowe oraz jak najszersze docieranie do branży, tym samym zawsze i niezmiennie prowadzimy bezpłatny kolportaż w najważniejszych dla branży miejscach i wydarzeniach (pomimo wszelkich życzliwych wróżb upadku takiego systemu). Wiadomo, że inaczej kalkuluje się taką formułę działania od wydawania czasopisma klasycznie sprzedawanego w klubach prasowych (ale już z nie tak masowym dotarciem). Możliwe, że w innych tytułach „można więcej poczytać”, za to u nas można więcej znajdować.

## Znamy się dość długo i wiem, że nie tylko wymiar finansowy ma dla Ciebie znaczenie. Jak to się przekłada na Twoją gazetę?

Weźmy za przykład jedną ze stałych rubryk. O ile wszędzie przeczytać można o znanych kreatorach posiadających ugruntowaną renomę, o tyle mało kto zajmuje się praktyczną pomocą świeżo upieczonym, a zdolnym projektantom. Może dlatego, że sam startowałem od zera, byłem wyczułony na problemy młodych pasjonatów. Dlatego już w 2000 roku rozpoczęliśmy cykl pt. „Portret Projektanta”, promujący młodych wychowanków polskich (i nie tylko) katedr stylistycznych. Ostatnio przeliczyliśmy w redakcji - spod naszego skrzydła, a raczej pióra, wyfrunęło w świat 85 talentów, w większości aktywnie praktykujących swój zawód w chwili obecnej. Pamiętam zapal Moniki Onoszek, która na samym początku i przez długi czas miała ów cykl pod swoją pieczę - chyba najlepiej, z uwagi na własne perypetie, rozumiała konieczność pomagania młodym adeptom sztuki projektanckiej - obecnie Monika stanowi w polskiej modzie nie lada autorytet. Stałą pozycją w czasopiśmie jest oczywiście przedstawianie bieżących trendów w modzie, sylwetek znanych projektantów i ich aktualnych propozycji (dzielnie pilotowane przez Joasię Hrk i Magdę Koniańską), a także informowanie o rozmaitych wydarzeniach w branży - od relacji z imprez targowych, przez nowinki techniczne, informacje gospodarcze, nie zapominając o sferze handlowej.

## W którymś momencie jednak Polska była Ci za mała...

Wszyscy producenci zawsze mieli zakusy na zagraniczną ekspansję. Niewielu jednak potrafiło się dobrze zorganizować, a tym samym wyruszyć na odpowiednio imprezy targowe. W 2000 roku poznaliśmy się z częstochowską Agencją Promocji Eksportu Jarka Krykwińskiego, w głównej mierze ta znajomość spowodowała nas do zainicjowania specjalnych wydań BUSINESS image (które z uwagi na swoją specyfikę, z czasem przerodziły się w expo image). Na początku wkroczyliśmy na czeskie targi STYL/KABO, w szybkim czasie znaleźliśmy się również na głównych moskiewskich wystawach... Nikt przed nami tego nie robił, przynajmniej w okresie naszego istnienia. Ruch okazał się strzałem w 10-tkę i cieszył się olbrzymim zainteresowaniem. Obecnie znani jesteśmy również w Ukrainie, Litwie, Niemczech i Litwie, mając za sobą eksperymenty z rynkiem Rumunii, Chorwacji, Bułgarii i Francji.

## Co wniosły do Twojego życia zagraniczne wojaże?

Przed wszystkim, co dla mnie najcenniejsze, mnóstwo przyjaźni. I wcale nie chodzi o tzw. „pozyskiwanie Klienta za wszelką cenę”, rodem z amerykańskich instrukcji dla szurów chcących startować w wyścigu... Nie przyjmujemy zlecen na dyskoteki. Zresztą, mam niepisaną zasadę, że na targach godziny handlowe kończymy wraz z opuszczeniem stoiska - wieczory i noce przeznaczamy zaś na świętowanie i poznawanie się z ludźmi. Oczywiście, że wrażeń i doświadczeń z wyjazdów jest mnóstwo, lecz wbrew swojej profesji - nie będę plotkował o „smaczkach towarzyskich”. Spośród wspomnień, które na trwałe zapisały się w mojej

pamięci przytoczę wspólne przedsięwzięcie podjęte z zaprzyjaźnioną konkurencją, wydawnictwem Promedia Jurka Osiki (nie patrz tak na mnie, można przyjaźnić się z konkurencją). Było to wówczas naprawdę coś wyjątkowego. Połączyliśmy swoje siły, żeby wspólnie wydać katalog w wersji rosyjskiej, razem pojechaliśmy do Moskwy i ramię w ramię pracowaliśmy na targach. Niestety pomysł był chyba ponadczasowy - polskie firmy na zagranicznych targach rzadko kiedy potrafią zapomnieć o swarach i za wszelką cenę konkurują między sobą do upadłego. Nie umiemy się organizować jak Turcy, Chińczycy czy chociażby Włosi. Razem z Jurkiem chcieliśmy stanąć ponad podziałami (wywołując zresztą niezłe zamieszanie na rynku). Jednak pomysł chyba nieco „wypredził epokę”. Niewykluczone, że do niego kiedyś wrócimy.

## Czy trudno się robi taką gazetę ja BUSINESS image?

Chcesz, żebym sprzedał przepis na interes? Aż takim Prometeuszem nie jestem. Nie powiem nic nowego - jak w większości przypadków wszystko zależy od mnóstwa czynników: pomysł, popyt-podaż, koszty do zysków itd. Ale najważniejsze pozostaną relacje między szefem a załogą, jej zaangażowanie, ale i odpowiednie jego docenienie, w końcu to wspólna robota i nikt nie powinien przypisywać wyłącznie sobie prawa do glorii z sukcesu. Przez image przeszło wielu ludzi i każdy z nich pozostawił tu swój ślad.

## Czy w obecnych czasach widzisz szanse na istnienie takich tytułów jak Twój?

Oczywiście! Chociażby z powodu nawału reklam, którymi jesteśmy zewsząd atakowani. Zdziwiłem Cię? Telewizja, radio, prasa, internet... W każdym calu, z każdej strony i... na każdy temat, o wszystkim - reklama, oferta, propozycja... do anonimowego odbiorcy, który w konsekwencji jest na nią „znieczulony” (ja też wychodzę na papierosa w przerwie reklamowej podczas filmu). Tymczasem BUSINESS image brane jest przez tych, którzy chcą zawartych w nim informacji - pokornie, nie nachalnie stoi i czeka na stojakach, ale za to w miejscach, gdzie spotykamy największe zmasowanie kompetentnych czytelników. Nie mamy zwrotów i nie narzekamy na przerost nakładu.

## Jak znosisz obecny kryzys?

Nie cierpię „kryzysu” w polskim wydaniu... Nie neguję, że niestety nas dopadł, ale moim zdaniem został on sztucznie wygenerowany przez media i polityków „pewnej partii”. Szkoda tylko, że wszyscy w niego bezkrytycznie uwierzyli, nie mając osobistych powodów do chwytania się za portfel. Cóż, ktoś podłożył kłódę pod toczące się koło, wykorzystując polską mentalność do ślepego zapatrywania się na cudze podwórko... „Swego nie znacie, cudze chwalicie” - tylko w jeszcze gorszym wydaniu. Przyjęło się wzajemne zaklinanie się kryzysową mantrą, ale jakoś nie zauważam zmniejszenia sprzedaży w C.H. Ptak, Maximus nie bez powodu rozbudowuje swój obiekt, a zagraniczni kupcy nadal sami wędrują do nas ze wschodu, południa, a nawet zachodu... Co do nas - postanowiłem to przetrwać, jak kilka innych kryzysów na rynku, których doświadczyłem. Na szczęście, już zauważam poprawę sytuacji. Może dała znać o sobie inna rodzima właściwość - jednoczyć się potrafimy dopiero w biedzie, a i po rozum Polak poszedł po szkodzie.

## Czyli mogę liczyć na kolejną tego typu rozmowę przy okazji 200 wydania? Za 10 lat?

O ile nie przyspieszymy... W końcu już rozpędziliśmy się do 100-tki. Wcześniej jednak możesz mieć okazję przy innych naszych tytułach, którym także licznik bije.

Trzymam za słowo i powodzenia!

Paweł Tkaczyk

nr 100 image



# Triumph promuje młode talenty!

Projekt bielizny autorstwa studentki z Japonii, która wygrała ubiegłoroczną edycję konkursu **Triumph Inspiration Awards**, został wdrożony do produkcji i będzie dostępny w wybranych krajach.

**Tarimi Mitsuoro** została ogłoszona laureatką konkursu TIA 31 lipca 2008 r., kilka dni przed Olimpiadą w Pekinie. To wtedy rozstrzygnięto pierwszy światowy konkurs na projekt bielizny, zorganizowany przez firmę **Triumph**. Lider na rynku bielizny umożliwił młodym projektantom z 31 krajów rywalizację na talenty. W wyniku inspiracji mottem „Fascynacja Kobiecością”, które przyświeca firmie od 120 lat, powstały niezwykle, oryginalne projekty, będące odzwierciedleniem wyobrażeń o istocie kobiecości na całym świecie.

Inspiracją dla dwudziestoletniej projektantki były tajemnice kobiet - ukrywanie uczuć przez kobietę bliską płaczu, która odkrywa targające nią emocje jedynie najbliższym. Oryginalny komplet wielobielki

Johna Galliano, to biustonosz „jak oczy”, inkrustowany kryształkami imitującymi łzy, zaś dół to stringi „jak usta”. We wszystkich kulturach świata oczy i usta kobiety są postrzegane jako symbol zwycięskiego uwodzenia.

Jak mówi Jan Rosenberg, Generalny Menedżer ds. Międzynarodowej Sprzedaży i Marketingu firmy Triumph: - *Długo rozważaliśmy komu przyznać pierwszą nagrodę. Wszystkie pomysły były bardzo inspirujące. Ale wzięliśmy pod uwagę główne kryteria konkursu - kreatywność i niepowtarzalność. I one bez wątpienia dominowały w projekcie z Japonii.*

Wkrótce w wybranych salonach Triumphu pojawi się limitowana seria 10 tysięcy sztuk zwycięskiej linii bielizny, sygnowana imieniem projektantki i nazwą projektu. Promocję zwycięskiego modelu wesprze specjalna ekspozycja w witrynach firmowych salonów.



## IMAGE PRESS publishing house



### BUSINESS

OGÓLNOPOLSKI MIESIĘCZNIK  
BRANŻY ODZIEŻOWEJ I TEKSTYLNEJ

- branżowe imprezy targowe i szkoleniowe • pokazy mody
- centra hurtowej sprzedaży wyrobów tekstylnych (Łódź, Warszawa, Poznań)
- prenumerata

**expo**

KATALOG FIRM ODZIEŻOWYCH I TEKSTYLNYCH  
ZAGRANICZNE TARGI BRANŻOWE  
Rosja, Ukraina, Białoruś, Litwa, Czechy



### fashion

KATALOG FIRM ODZIEŻOWYCH I TEKSTYLNYCH  
TARGI BRANŻOWE  
Niemcy, Francja, Polska, Czechy

### children

KATALOG FIRM SEKTORA DZIECIĘCEGO  
ODZIEŻ, WÓZKI, ZABAWKI, AKCESORIA  
ORAZ MEBLE DLA DZIECI I MŁODZIEŻY  
Rosja, Ukraina, Czechy, Niemcy, Francja



Polska, 95-200 Pabianice  
ul. Grota Roweckiego 8 a / 104  
tel./fax: +48 (42) 64 00 256 (-259)

**image**

www.image-press.com.pl, e-mail: image@image-press.com.pl



# Odzież • Obuwie • Galanteria



## Centrum handlu hurtowego i detalicznego



- Doskonała lokalizacja w centrum Polski bezpośrednio przy trasie A1
- 21 hektarów powierzchni
- 17 lat tradycji
- Nowoczesne sklepy w klimatyzowanych halach o ogólnej powierzchni 115.000 m<sup>2</sup>
- Bogaty wybór towarów
- Atrakcyjne ceny bez marż pośredników
- Około 3.000 producentów i importerów
- Sklepy outletowe
- Nowoczesna infrastruktura
- Ponad 6.000 miejsc parkingowych
- Tysiące klientów hurtowych i detalicznych

**polscy  
producenci**

**ROZWIŃ SKRZYDŁA W CENTRUM HANDLOWYM „PTAK”**  
50 nowych stoisk o pow. 60 m<sup>2</sup> każde  
w rozbudowanej hali G



Centrum Handlowe „PTAK” zaprasza na zakupy: pn.-śr.-pt. - 5.00-15.00; wt.-cz. - 7.00-15.00; sob.-ndz. - 9.00-15.00

[www.ptak.com.pl](http://www.ptak.com.pl)

Polskie Centra Handlowe „Ptak”, PTAK - MEDIA S.A.

Polska, 95-030 Rzgów, ul. Rzemieślnicza 35

tel. +48 (42) 214 11 69, fax +48 (42) 214 17 30; e-mail: [marketing@ptak.com.pl](mailto:marketing@ptak.com.pl)





CENTRUM MODY NADARZYN

*Letnia subtelność*



ANDIAMO®  
STUDIO MODY

Polska, 05-830 Nadarzyn, Al. Katowicka 51, tel. 022 739 55 00, fax 022 739 55 20

[www.centrummody.com.pl](http://www.centrummody.com.pl)



# Letni dress code

Trwa lato, a wraz z nim temperatury zachęcające do odkrywania większych partii ciała i noszenia lekkich tkanin. Nie zawsze jednak letni strój jest adekwatny do danej sytuacji, zwłaszcza jeśli pracujemy w biurze i na co dzień odbywamy biznesowe spotkania. Jak należy się ubierać, by czuć się swobodnie, a jednocześnie swoim strojem godnie reprezentować firmę? Porad z zakresu letnich stylizacji udzieli Dorota Sikorska, stylistka marki Every Nature.

## Po pierwsze elegancja

Na spotkanie biznesowe, lunch z klientem lub też służbowy wyjazd wypada włożyć coś eleganckiego. Latem trudno wytrzymać w klasycznym, czarnym garniturze, warto więc pamiętać, że eleganckie mogą być także jasne kolory, zwłaszcza jeśli zestawimy je z doskonale kontrastującymi dodatkami. Najważniejszy jest jednak fason, bowiem letni lniany garnitur może być równie elegancki, jak klasyczna czarna garsonka. Nie należy jednak zapominać, że pod marynarkę nie powinno się, nawet pomimo upału, zakładać zbyt wydekoltowanej bluzki.

## Po drugie lekkie tkaniny

Lato w biurze bywa nieznośne (zwłaszcza, gdy pomieszczenie w którym przebywamy nie jest wyposażone w klimatyzację). W tym przypadku najprostszym sposobem na radzenie sobie z upałem jest wybór lekkich, zwinnych tkanin, takich jak len, ultra cienka bawełna, jedwab czy batyst. Nadają się one idealnie, m.in. na letnie kostiumy, kobiece bluzki i sukienki.

## Po trzecie kolor

Jak już zostało wspomniane, wyznacznikiem biurowej mody nie zawsze musi być czerń. Owszem, uchodzi ona za jedną z najbardziej eleganckich barw, jednak stosowana latem w nadmiernych ilościach może wywołać wręcz niepożądany efekt ciężkości. Należy więc zaznaczyć, że zabawa kolorem jest możliwa także w oficjalnym wydaniu, jednak w przypadku biznesowego wizerunku wymaga ona dokładnego przemyślenia i rozważa. Najlepsze letnie zestawienie, to klasyczna biel i oficjalny granat lub też połączone ze sobą łagodne odcienie beżu.

## Po czwarte dodatki

Ostatni, choć nie mniej istotny aspekt biznesowej stylizacji na lato, to dodatki. Podczas oficjalnych spotkań powinniśmy ograniczać rozmiar i ilość naszej biżuterii - nie może ona bowiem rozpraszać uwagi naszego biznesowego partnera. Ważne jest także, by panie piastujące wysokie stanowisko nie zapomniały o konieczności noszenia do biura choćby najcieńszych rajstop i krytych butów.

Zasad *dress codu* jest znacznie więcej i coraz częściej przełożeni w poszczególnych firmach propagują ich przestrzeganie przez pracowników. W krajach Europy Zachodniej są one powszechnie znane i respektowane. Dla nas wciąż stanowią swoiste *novum*. Należy jednak zaznaczyć, że nasz wizerunek przekłada się na wizerunek firmy, którą reprezentujemy i dlatego koniecznym jest, by był spójny i gwarantował sukces.

[www.everynature.pl](http://www.everynature.pl)

# EVERY NATURE



# ZAPRASZAMY



## KIELCE FASHION

### III Targi Mody i Wzornictwa

### 6-8.11.2009, Kielce

TargiKielce

W tym samym czasie odbędą się:

II Ogólnopolskie Targi Ślubne

*Modny Ślub*



Patronat medialny:

**PRZEGŁAD** WIEDZA  
ODZIEŻ  
WŁÓKIENNICZY SKÓRA

Menedżer Projektu: Paweł Pytlewski, tel. 41 365 12 34,  
fax 41 365 13 38, e-mail: pytlewski.p@targikielce.pl  
Zastępca Menedżera: Katarzyna Kasprzyk, tel. 41 365 12 41,  
fax 41 365 13 38, e-mail: kasprzyk.k@targikielce.pl

[www.fashion.targikielce.pl](http://www.fashion.targikielce.pl)  
[www.slub.targikielce.pl](http://www.slub.targikielce.pl)



# Dla mężczyzn, którzy cenią wolność - Digel „Preference”



**Digel**, jedna z czołowych marek na rynku mody męskiej, do swojej kolekcji wprowadził nową linię garniturów. **Preference** - to kolekcja skierowana do mężczyzn o indywidualnym, wysublimowanym guście. Garnitury z nowej linii zaprojektowane są tak, aby oferować mężczyznom nieograniczone źródła inspiracji oraz niezwykłą elastyczność.

**Preference** - to linia klasy premium, wykonana z najdelikatniejszej włoskiej wełny, przeznaczona dla mężczyzn, dla których wygląd i wysoka jakość używanych produktów nie jest bez znaczenia.

**Preference** gwarantuje optymalne rozwiązania, zgodne z najnowszymi trendami w świecie mody, a jednocześnie indywidualnymi preferencjami. Nacisk położony jest na elegancką estetykę i najwyższej jakości wykończenie. Detale wykonane są w sposób wyrafinowany, z najwyższą dbałością o każdy szczegół. Uznanie wzbudza

zarówno ozdobna stebnówka szwów wewnętrznych, jak i precyzyjne wykończenie kieszeni. Każda część nowej linii garniturów marki Digel wykonana jest z najwyższej jakości tkanin od światowych producentów. Marynarki charakteryzują się smukłymi, lekko skróconymi dwu-guzikowymi fasonami z bocznymi rozcięciami. Równie smukłe prezentują się modne, szlachetne spodnie bez kantów. Dodatkowo, możliwość łączenia wszystkich rozmiarów każdej części garnituru sprawia, że perfekcyjny wygląd i optymalne dopasowanie fasonu nie są pozostawione przypadkowi. Kolekcja **Preference** marki Digel daje mężczyznom wolność, której potrzebują.



## CENTRUM HANDLOWE

**NAJWIĘKSZA HALA TEKSTYLNĄ W POLSCE**  
Zapraszamy na zakupy codziennie od 7.00 do 16.00



**POLROS S.A.**

Bracia A. i Z. Gałkiewicz

95-030 Rzgów, k. Łodzi,  
ul. Tusińska 69b i 72-74  
tel./fax +48/42/214 14 00  
[polros.biuro@bmp.net.pl](mailto:polros.biuro@bmp.net.pl)





# Trendy mody damskiej na sezon wiosna / lato 2010

Deutsches Mode-Institut

DMI  
WOMEN MEN INTERIOR

Moda na przyszły letni sezon jest pełna życia, świeża i wyrazista. Tendencje kierują się w różne strony, oferując w ten sposób różnorodnym „grupom stylowym” swobodne możliwości oddziaływania. Jeśli jednak chcemy koniecznie poszukiwać jakiegoś wspólnego mianownika odzwierciedlającego wielkie przemiany zachodzące w naszym społeczeństwie, to najbardziej właściwym określeniem jest pragmatyzm i przywiązanie do korzeni, co ułatwia uporządkowanie różnorodnych stylów. Modne będą kreatywne i nowoczesne interpretacje stylu „przydatności do dnia codziennego” lub stylu „normalności”.

**Totalne zrelaksowanie** - to kluczowe określenie dla mody na przyszły sezon, a motywem wiodącym będzie dzianina typu dżersej, stosowana jako podstawa dla różnorodnych zastosowań. Dżersej stanowi najważniejszy punkt odniesienia, jeśli chodzi o komfort i wygodę, a co bardzo ważne - pozwala się płynnie modelować. Dżersej z licznymi drapowanymi wstawkami będzie królował, m.in. w sukienkach i koszulach. Takie z natury tradycyjne elementy garderoby, jak damskie wdzianka zyskują w wersji dżersejowej funkcję przytulnych kurteczek. Spodnie z dżerseju emancypują się do stylu strojów do jogi czy gimnastyki i w sezonie letnim 2010 roku będą się w tej wersji często pojawiać w modzie codziennej. W przyszłym sezonie letnim mogą m.in. stanowić alternatywę dla legginsów. Modne będą także spierane lny i bawełny, co klientom oszczędzi częstego prasowania.

Zaspokojenie modowych wymagań, także w odniesieniu do jakości, spełniać będą nowe fasony, a także wprowadzenie błyszczących jedwabów oraz spieranej skóry. Styl powinien być i miejski, i pełen szyku. Efekty wyciszonego glamour zapewnią tkaniny z efektami posrebrzania lub metalizujące, a także różnorodne pąty. Typowa dla przyszłej letniej mody paleta kolorystyczna wahać się będzie pod względem jasności w formie stopniowania eleganckich pokrewnych odcieni. Oznacza to przykładowo łączenia bieli z kremowym, pudrowym lub różnymi tonacjami perłowożółtego. Wszystko jest miękkie i uspokojone. Niezbędne akcenty dla mody to srebrne akcesoria, mogą też pojawić się torebki czy buty ze skóry pytona.

**Autentyczność.** Pragnienie pozyskania takich wartości, jak autentyczność czy zaufanie zrodziło kolejny nowy trend. Jego bazę stanowią nowe fasony z dżinsu, świętujące swój come back, styl odzieży roboczej czy tęsknoty za stylem vintage, czyli totalny powrót stylu dżinsowego. Nowe spodnie, bluzki, kamizelki czy kurtki pojawiają się w tkaniach grupy denim we wszystkich stopniach i wariantach grubości - od surowych do efektów zupełnego zniszczenia, dotyczy to także spodnie i sukienek. Dominującym kolorem w tym trendzie jest niebieski (we wszystkich odcieniach), a obok niego pojawi się też rodzina tonacji neutralnych. Niebieski jest kolorem bardzo popularnym - zawsze wygląda świeżo i naturalnie w zestawie z bielą. Silnym akcentem dla tego zestawu będą wzory w koszulowe paski i kuchenne kratki. Jasnoniebieskie kombinezony i bluzki koszulowe lub suknie-fartuchy stanowią nawiązanie do potrzeby zdrowego życia w naturze - bowiem powrót do natury jest wielką tęsknotą naszych czasów. Formy spodni, to tradycyjne rury lub dla odmiany model „od przyjaciela”. Te rodzaje spodni, luźno spadające na biodra, mają głęboki wykrój w kroku, a nogawki są na wysokości łydek zgromplowane. Spodnie rury zamiast emanować seksapilem wydają się idealnym strojem roboczym do naprawy samochodu czy płotu. Jeśli mają wyglądać modnie, to zestawia się je z ciasnymi kurteczkami i sandałami na wysokich obcasach i platformie. Tego rodzaju przerywniki stylistyczne stanowią także ważny element nowej mody. Do opisywanego trendu zaliczają się również sukienki w bardzo kolorowe wzory typu „kwiatowy ogród”, noszone z ciasnymi kurtkami dżinsowymi, co jest w tym zestawie interpretacją stylu „przydatności do dnia codziennego”.

Z kolei fasony ze spieranego jasnoniebieskiego dżinsu doskonale pasują w zestawach z takimi słodkimi kolorami kwiatowymi, jak beż, jasny róż czy chłodna miętowa zieleń. Nawiązuje to do filmowej „Amerykańskiej dziewczyny” w niebieskich dżinsach w słonecznej atmosferze włoskiej Rivieri.

**Cargo.** Trzeci trend także nawiązuje do tego co już znamy i lubimy, rozwijając własne interpretacje. Jest to m.in. styl wojskowy lub roboczy, tzw. cargo, lecz w wersji bardziej eleganckiej, gdzie szlachetności i kobiecości przydają spływające jedwabie. Pozostają natomiast typowe dla roboczego stylu cargo detale, jak kieszenie z kłapkami, wiązania, paski czy naszytki. Nowością będą aplikacje z mozaiki układanej z płaskich kamieni czy metalizujących pająków naszywanych w formie szerokich pasów. Do kluczowych akcesoriów tego trendu należy dekoracyjna biżuteria i biżuteryjne paski. Znane i lubiane kolory, jak khaki, ciemnozielony i odcień złotawej ochry wystąpią w atrakcyjnym sąsiedztwie z błyszczącymi jedwabistymi tkaninami. Ciasne kurteczki rowerowe ze spieranej skóry lub obcisłe kamizelki gwarantują kontrastem materiałów zamierzony efekt atrakcyjności i wysokiej jakości.

Dominować będą swobodne zestawienia pojedynczych modeli, a bardzo często stosuje się stopniowanie w kolorystyce. Modny styl safari dla wyższych sfer dzięki nowym koszulom ze sukniami w egzotycznych barwach i wzorach wzbogaci się o dodatkowy czynnik emocji.

Dominującym elementem we wszystkich trzech trendach jest obecność licznych fasonów sukien. Stanowią one nową bazę do zestawów, mogą być także noszone jako specjalne i atrakcyjne modele. Korzenie nowych sukienek tkwią zarówno w tradycyjnych T-Shirtach, męskich koszulach noszonych na wierzch, czy też w stylu haute couture. Tutaj także do ulubionych materiałów należy dżersej oraz lekki dżins czy jedwab. Swobodne i długie wdzianka, kurteczki dżinsowe czy obcisłe kurtki ze spieranej skóry - to najmłodniejsze towarzystwo dla nowych sukienek.

Nowa moda to także zabawa w łączenie pojedynczych elementów ubioru - coś na wzór dowolnie kształtowanego kolażu. Coraz ważniejsza jest tutaj rola akcesoriów. Na lato 2010 zapowiada się akcentowanie biżuterii, butów oraz szali i chustek. Szał torebkowy dawno już minął. Buty natomiast emanują swoją siłą przez wyraziste kolory. Modne wielobarwne buty wywodzą się najczęściej z mody sportowej. Nadal noszone będą botki w charakterze przerywnika dla przywroconych do łask sukienek. Sandały ze stabilnym wysokim obcasem zyskują na stabilności przez wprowadzenie platform, stając się następcami ulubionych balerinek.

Szale coraz częściej noszone będą w charakterze biżuterii. Kolorowe szale lniane od dawna już nie wystarczają. Nowe szale i chusty będą bardziej indywidualne i zyskają na wartości przez wprowadzenie motywów paczworku czy kolażu z różnych wzorów. Poszukiwaną potrzebę indywidualizmu czy stylu glamour zaspokoje także dekoracyjna modna biżuteria - czy to w stylu futurystycznym, czy z naturalnych organicznych tworzyw - ożywiając w ten sposób bardzo pragmatyczną modę na przyszłe lato.

Niemiecki Instytut Mody





**WIELKOPOLSKA  
GIEŁDA  
ODCIEŻOWA**

60-104 Poznań  
ul. Głogowska 248  
tel. (+48) 61 8 319 200  
fax (+48) 61 8 319 201  
e-mail: wgo@wgo.pl  
**www.wgo.pl**

**7.000 m<sup>2</sup>**  
powierzchni handlowej

**400 stoisk**  
producentów, importerów i handlowców

bezpłatny parking z monitoringiem

**Godz. otwarcia:**  
pon.- pt. 8.00 - 16.00  
sobota 8.00 - 13.00



*Zapraszamy na zakupy!*



# 10. Międzynarodowa Konferencja Bawełniarska

Zapraszamy do uczestnictwa w 10. Międzynarodowej Konferencji Bawełniarskiej, która odbędzie się w dniach **3 - 4 września 2009 r.** w Gdyni, będącej niepowtarzalną okazją do wzięcia udziału w spotkaniu na temat najbardziej aktualnych zagadnień światowego i polskiego przemysłu tekstylnego.

Tematyka konferencji poświęcona jest wybranym zagadnieniom z dziedziny badań, obrotu i przetwórstwa bawełny i włókien pokrewnych. Pierwszego dnia profesjonalści z Polski, Stanów Zjednoczonych, Czech, Bułgarii i Białorusi wygłoszą dwadzieścia dziewięć referatów. Specjaliści ze świata nauki, reprezentanci największych polskich i zagranicznych uczelni oraz instytucji naukowo-badawczych omówią zalety, właściwości i nowe zastosowania różnorodnych włókien i przędz. Poruszona zostanie też problematyka ekonomiczna i handlowa, perspektywy rozwoju globalnego rynku bawełny oraz nowatorskie sposoby promowania przemysłu włókienniczego. Tematyka wystąpień i prezentacji obejmie również: sposoby promocji surowców naturalnych; działania polskiego rządu na rzecz wsparcia sektora tekstylnego-odzieżowego; eko-trendy we wzornictwie odzieży; uprawę i przetwarzanie bawełny; sposoby naturalnego barwienia bawełny; najnowsze osiągnięcia inżynierii materiałowej z zakresu zastosowań włókien naturalnych.

Dodatkowo, ze względu na aktualną sytuację ekonomiczną, podjęta zostanie tematyka mechanizmów ochronnych oraz form wspierania rodzimego przemysłu tekstylnego-odzieżowego w obliczu zagrożeń wynikających z kryzysu finansowego i pogłębiającej się recesji. Drugi dzień konferencji będzie Dniem Otwartym Izby Bawełny w Gdyni, podczas którego będzie możliwość poznania standardów bawełny z różnych krajów świata.

Organizatorzy:

- Izba Bawełny w Gdyni
- Katedra Technologii i Budowy Przędz oraz Katedra Odzieżownictwa Politechniki Łódzkiej
- Instytut Włókien Naturalnych i Roślin Zielarskich
- Instytut Włókiennictwa.

Źródło: [www.gca.org.pl](http://www.gca.org.pl) / [www.tkaniny.com.pl](http://www.tkaniny.com.pl)



Discover  
natural  
fibres  
2009

[News]

[Projektanci]

[Przeczytaj o...]

**www.image-press.com.pl**

**JESTEŚMY  
PRZEDSTAWICIELEM  
WŁOSKICH  
PRODUCENTÓW TKANIN**



**NASZA OFERTA  
TO PONAD 2000  
TKANIN I DZIANIN**

**DRUKI NA TKANINACH WG WZORU  
KLIĘNTA BEZ MINIMALNYCH IŁOŚCI**

**MASZYNY NOWE I UŻYWANE  
SERWIS I CZĘŚCI**

- Urządzenia prasownicze - **COMEL**
- Systemy prasujące (manekiny, toppery, prasy, kabiny) - **PRASOBEL, MACPI**
- Maszyny do produkcji lamówki skośnej i prostej oraz urządzenia do termoperforowania miseczek biustonoszy - **FALBO, PISANI**
- Maszyny do plisowania - **CLEMPIEGA**
- Przewijarki do nici - **CORGHI**
- Łączarki - **EXACTA, CONTI COMPLETT**
- Maszyny dziewiarskie - **PROTTI, STOLL**
- Maszyny szwalnicze - **RIMOLDI**
- Silniki do maszyn szwalniczych - **FIR, OCEL, MORETTI**
- Maszyny do pikowania - **MECA, DUEFFE, RESTA**



*Bellussi Group*

93-303 Łódź, ul. Konstantynowska 34  
tel. +48 42 634 21 08, +48 42 634 21 29  
fax +48 42 634 21 40

**e-mail: [bellussi@bellussi.com.pl](mailto:bellussi@bellussi.com.pl) [www.bellussi.com.pl](http://www.bellussi.com.pl)**



**TKANINY  
WEŁNIANE**

BEZPOŚREDNIO Z WŁOCH

**FLAUSZ • BOUCLE • TWEED • INNE**

**nowości !!!**

**www.tkaninywloskie.pl**

**KASZMIR**  
HURTOWNIA TKANIN

05-870 Błonie, ul. Powstańców 21a (trasa poznańska)  
tel./fax (022) 731 97 88, 0601 32 72 01

Ortalion odzieżowy, kaletniczy  
Podszywki, tkaniny pikowane  
Polar i inne

Usługi: impregnacja tkanin, pikowanie tkanin  
\*\*\*\*\*

**HURTOWNIA  
TKANIN**

\*\*\*\*\*

**KRYSBEA-TKANINY**  
05-077 Wesola, Stara Miłosna, ul. Jeździecka 3a  
tel./fax (22) 773 30 04

**KFF FOLIA-KARTON**  
tel. (25) 757 71 82



**MAGATEX**  
HURTOWNIA TKANIN

**zawsze  
coś nowego**

e-mail: magatex@interia.pl

91-342 Łódź, ul. Zbąszyńska 3, tel. (42) 640 74 88, tel./fax (42) 651 69 46, filia: 40-203 Katowice, ul. Roździeńskiego 188 a, tel. (32) 200 09 88, 601 08 13 42

Główna siedziba: al. Krakowska 11, Sękocin Nowy k. Janek, 05-090 Raszyn  
tel. (22) **715 54 50**, tel./fax (22) **720 56 30**, tel.kom. **0-601 355 650**  
godz. otwarcia: pn.-pt. 8<sup>30</sup>-17<sup>00</sup>, sob. 8<sup>30</sup>-14<sup>00</sup>  
www.tkaniny-aakash.pl, e-mail: handel@tkaniny-aakash.pl

bezpośredni importer  
**HURTOWNIA  
TKANIN**

*Najpiękniejsza kolekcja  
2009*

*Największy wybór  
najlepszych tkanin.*

**AAKASH**

Filia w Moskwie: ul. Dokukina 17, tel. mob. (+7) 962 948 94 04





Wyłączny przedstawiciel VANTELA na Polskę

# MARPOL

Marka Vantela zapewnia najwyższą jakość. Nasze produkty wytwarzane są przy użyciu nowoczesnych technologii, rozwiniętemu systemowi jakości i kontroli produkcji.

Oferujemy:



- wkłady odzieżowe
- termoliny, flizeliny, włókniny
- taśmy flizelinowe, taśmy termo



Posiadamy w ofercie szeroką gamę futer sztucznych, dzianin kożuchowych:

- lisy
- toscana
- jenoty
- wilki syberyjskie



Prowadzimy hurtową sprzedaż dodatków krawieckich:

- zamki błyskawiczne
- nici szwalnicze
- taśmy rzep
- taśmy nośne
- taśmy suwakowe
- owaty
- podszewki
- gumy odzieżowe

Posiadamy w ofercie ocieplacz pikowany własnej produkcji metodą tradycyjną (szyty), jak również metodą nowoczesną beznitkową (ultrasoniczną).

[www.vantela.pl](http://www.vantela.pl) - [www.marpol.radom.pl](http://www.marpol.radom.pl) - [www.vantela.pl](http://www.vantela.pl) - [www.marpol.radom.pl](http://www.marpol.radom.pl)



# PRODUCENT DZIANIN

poleca  
w ciągłej sprzedaży wysokiej jakości dzianiny:

**KONFEKCYJNE**  
na ubiory sportowe,  
dresy, koszulki, spodenki,  
podomki, fartuchy, podszewki

**OBUWNICZE**  
**PASMANTERYJNE**

świadczymy usługi w zakresie:  
**DZIANIA**

Krótkie terminy realizacji  
Powtarzalność asortymentów i kolorów  
Zamówienia dostarczamy własnym transportem

Z.P.D. **LUXPOL-BIS** Sp. z o.o.  
73-100 Stargard Szczeciński, ul. Pierwszej Brygady 35  
tel. (91) 834 25 81, 834 25 80, fax (91) 834 25 85

Firma  
**Tiron/Timret**  
61-306 Poznań, ul. Bobrownicka 40  
tel. (61) 855 75 95, fax (61) 855 72 30, tel. 0604 55 17 27  
e-mail: timret@o2.pl

Oferujemy w ciągłej sprzedaży materiał  
**POLAR**  
doskonałej jakości w następującym asortymencie

- polar micro 200g/yd
- polar 380g/yd
- polar 500g/yd
- polar baranek 400g/yd
- polar klejony dwustronny 550g/yd
- polar klejony dwustronny micro 400g/yd

• PROPONUJEMY RABATY •  
• UMOŻLIWIAMY DOSTOSOWANIE DOSTAW DO SPECYFIKI PRODUKCJI •  
• SZYBKA REALIZACJA ZAMÓWIEŃ (DO 2 DNI) •



## GUMY ODZIEŻOWE DZIANE

od 4 mm do 50 mm (białe i czarne)  
oraz

## GUMY ZE SZNURKIEM

**Dostawa do Klienta**

"GUMTEX" s.c.  
05-092 Łomianki k/Warszawy, ul. Kasztanowa 14  
tel./fax 0-22 751-12-45  
e-mail: gumtex@epf.pl www.gumtex.pl

**AS System**  
licencjonowany przedstawiciel włoskiej  
firmy PIEMME BOUTONS S.R.L.

# GUZIKI

o różnym wykończeniu  
Bogata oferta!  
Rozsądne ceny!



**AS System**  
tel. (42) 652 68 00 wew. 69, tel./fax. (42) 655 97 01  
e-mail: biuro@as-system.com.pl

Użyte znaki graficzne są zastrzeżone i stanowią własność klientów firmy Magam.

# MAGAM

etykiety tkane i taśmy żakardowe  
taśmy firanowe i zasłonowe  
wraz z akcesoriami

konkurencyjna cena  
najwyższa jakość  
najkrótsze terminy realizacji

wykonujemy projekty graficzne, zapewniamy profesjonalne  
doradztwo, produkujemy etykiety tkane o dowolnym kształcie,  
wymiarach, kolorystyce i sposobie zastosowania,  
w ofercie także "smycze" na identyfikatory lub klucze

ul. 6 Sierpnia 58/60, 90-638 Łódź  
tel +48 (0) 42 633 66 00, fax +48 (0) 42 633 66 28  
www.magam.pl e-mail: info@magam.pl







### PASKI

- skóropodobne
- skórzane
- parczane
- paseczki zapięcia

### LAMÓWKI

- skóropodobne
- zamszowe
- przesywane
- aksamitowe
- bawełniane
- Usługowe cięcie ze skosu
- Makarony aksamitowe - Spaghetti
- Obciąganie klamer i pasków

### WYPUSTKI - RZEMYKI

95-030 Rzgów k/Łodzi, Gospodarz 31, tel./fax (42) 214 20 20, e-mail: binex@paski.com.pl, www.paski.com.pl



## FIRMA "TAZ" - PRODUCENT DODATKÓW KRAWIECKICH

działająca na rynku od 1948 r.

W naszej ofercie posiadamy szeroki wybór guzików :

- płaszczowych • żakietowych • ubraniowych
- koszulowych • laserowych • klamry, broszki ozdobne

Guziki wykonane są z żywicy poliestrowych metodą laserową i wtryskową



### ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY

Z.P.U.H Taz s.c. 42-360 Poraj, ul. Wschodnia 14  
tel./fax 034 314 55 10, tel. 034 314 53 50, 0607 694 580  
e-mail: biuro@taz.com.pl www.taz.com.pl

Produkujemy również  
wieszaki konfekcyjne  
z tworzyw sztucznych





high gloss  
car-wak

mannequin

3 LATA  
GWARANCJA  
SERWISU  
WYKONANIE  
POLSKI  
PRODUKT

889.00zł  
MANEKIN  
WYKONANIE

Produkcja: 92-620 ŁÓDŹ UL.ROKICIŃSKA 299/301 TEL./FAX.(42)6480079 KOM.889797708  
Showroom: 92-620 ŁÓDŹ UL.ROKICIŃSKA 318 TEL./FAX.(42)6722755 KOM.889797708  
WWW.MANNEQUIN.PL WWW.MANEKINY.INFO

**SPRINTTEX**  
drukarnia dzianin i tkanin

**DRUK  
Z METRAŻU**

Czarnocin, Rzepki 66  
tel. 0606 603 336, 0508 227 647, fax 044 616 50 86  
e-mail: biuro@sprinttex.pl  
[www.sprinttex.pl](http://www.sprinttex.pl)

**SZABLONY KRAWIECKIE**  
konstrukcja, modelowanie, stopniowanie, odszywanie wzorów, projektowanie odzieży

PRACOWNIA  
**AN2**

GWARANCJA JAKOŚCI  
15 LAT  
DOŚWIADCZENIA

P.P.H.U.  
Łódź, ul. Piotrkowska 204/210, tel./fax (42) 637 03 00, tel.kom. 0501 162 430  
[www.an2-szablony.pl](http://www.an2-szablony.pl) e-mail: an2.szablonykrawieckie@interia.pl



## Targi Innowacji i Technologii Strima



Targi Innowacji i Technologii Strima generują rocznie duże zainteresowanie producentów odzieży. Tym razem, podczas **8. Święta Techniki** obok prezentacji najnowszych urządzeń i technologii odbędą się szkolenia z digitalizacji szablonów, modelowania, stopniowania i ekonomicznego układu kroju. **Akademia Audaces**, lejtmotyw tegorocznego Święta Techniki, z pewnością zainteresuje technologów, konstruktorów i krojczych. Tematycznym rozwinięciem szkoleń będzie prezentacja programu do projektowania odzieży **Audaces Idea**. Strima zapowiada również indywidualne prezentacje urządzeń i technologii wynikających z zapotrzebowania złożonego przez zapowiadanych gości.

Targi odbędą się w piątek i w sobotę **18 i 19 września 2009 r.**, w centrali Strima (Swadzim koło Poznania).  
Szczegóły na stronie: [www.strima.com](http://www.strima.com)

Źródło: [www.tkaniny.com.pl](http://www.tkaniny.com.pl)

**styl**  
**KABO**

Międzynarodowe  
Targi Mody, Obuwia  
i Wyrobów Skórzanych  
**STYL/KABO - BRNO**

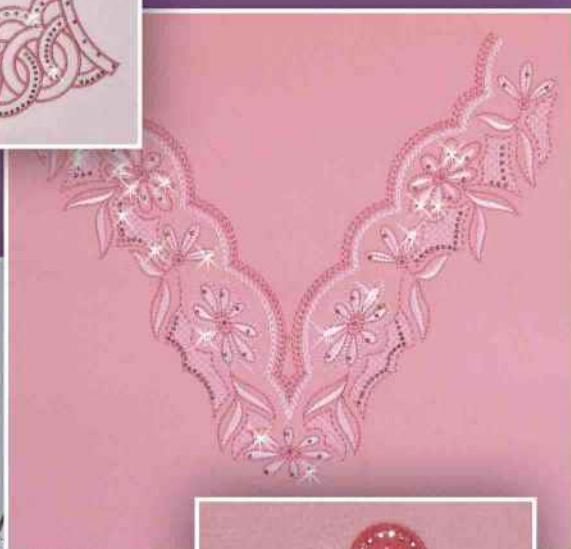
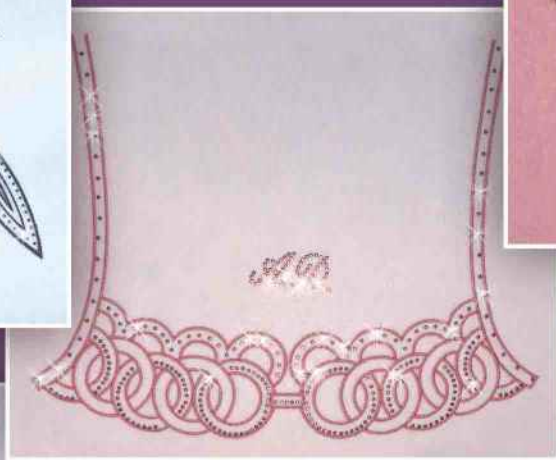
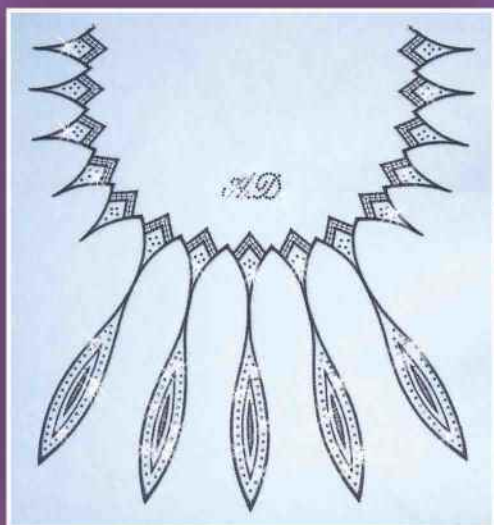
Zapraszamy na Międzynarodowe Targi Mody, Obuwia i Wyrobów Skórzanych **STYL/ KABO**, które odbędą się w dniach **25 - 27 sierpnia 2009 r.**, w Centrum Wystawienniczym w Brnie (Republika Czeska).

Międzynarodowe Targi Mody, Obuwia i Wyrobów Skórzanych **STYL/ KABO** od wielu lat pozostają jedną z ważniejszych wystaw przemysłu lekkiego w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Dla rynków czeskiego i słowackiego są główną platformą komunikacyjną w branży mody, a dla firm zagranicznych najlepszym miejscem, by pokazać swoje kolekcje i zdobyć nowych klientów. W każdej edycji targów wystawcy zagraniczni stanowią około 30% uczestników.

Tegoroczna letnia edycja przyniesie wiele zmian. W pierwszej kolejności - zreorganizowana zostanie lokalizacja stoisk, a to z powodu przeniesienia targów KABO do nowego pawilonu P. Nomenklatura będzie rozszerzona o sektor oprogramowania dla handlu detalicznego i hurtowego, wzmocniona zostanie kampania medialna targów, jak również promocja kolekcji wystawców (jeszcze przed targami). Organizatorzy postanowili także rozszerzyć pakiet usług wystawien- niczych, w ramach którego oferują m.in. bezpłatny dostęp do internetu przez Wi-Fi, zniżki do 20% na reklamę targową, jak i wiele innych bonusów. Dla producentów odzieży dziecięcej przygotowany został specjalny projekt **STYL/BABY**, na potrzeby którego zarezerwowano atrakcyjną przestrzeń wystawienniczą w dobrej cenie oraz uruchomiono odpowiednie działania marketingowe.

Źródło:  
[www.targi.brno.pl](http://www.targi.brno.pl) / [www.tkaniny.com.pl](http://www.tkaniny.com.pl)





**UKŁADANIE DŻETÓW NA HAFTACH I SITODRUKU**  
**oraz INNYCH WZORÓW**  
**Łódź, tel. 505 031 040**



# STOLL

THE RIGHT WAY TO KNIT

Oferuje do sprzedaży szeroką gamę płaskich maszyn dziewiarskich.

Możliwość finansowania, raty.



[www.stoll.com](http://www.stoll.com)

**ZAPRASZAMY**

## bowix®

Przedstawicielstwo firmy

STOLL (Niemcy)

Warszawa

tel. 0 602 228 163

92-548 Łódź  
ul. Tansmana 3/01  
(róg ul. Adwentowicza i ul. Czernika)  
tel./fax (42) 673 97 97  
tel. 0 602 721 112

Bielsko-Biała  
tel. 0 608 957 750

Serwis  
tel. 0 602 506 130

[www.bowix.com.pl](http://www.bowix.com.pl)

# Selektor

[www.selektor.pl](http://www.selektor.pl)

WYŁĄCZNY PRZEDSTAWICIEL W POLSCE

## DAE HAN

**UWAGA! PROMOCJA!**

Nie przegap okazji

Tylko od 1 do 30 września

cały asortyment w super cenie  
szczegóły pod nr tel. 508 206 105

**ZAPRASZAMY!**

szybka dostawa  
**w24h**

**SELEKTOR**

50-229 Wrocław

ul. Kraszewskiego 30/1A

tel./fax 071 325 92 36, tel.kom. 0508 206 105

**Oryginalne igły i części firmy  
DAE HAN kupisz tylko u nas!**

# Większy wybór trafne rozwiązania



## Światowy lider w znakowaniu i identyfikacji produktów

Avery Dennison R.I.S. Polska Sp. z o.o.

ul. Marywińska 34, Budynek C1, 03-228 Warszawa

Tel. +48 22 519 4600

Fax +48 22 811 1095

[info.pl@eu.averydennison.com](mailto:info.pl@eu.averydennison.com)

[www.ris.averydennison.com](http://www.ris.averydennison.com)



**AVERY  
DENNISON®**



AAKASH	tkaniny	27	KREACJA	konfekcja	6
AN2	usługi	31	KRYSBEA	tkaniny	27
ANNA (RZESZÓW)	hurtownia odzieży	15	KYIV FASHION	targi (Ukraina-Kijów)	III str.okł.
ANNA (WROCŁAW)	hurtownia odzieży	14	LA COCCO	konfekcja	11
ARGO	dodatki krawieckie	I str.okł.	LANTA	konfekcja	9
AS SYSTEM	dodatki krawieckie	29	LUXPOL-BIS	dzianiny	29
AVERY DENNISON	maszyny	33	MAGAM	dodatki krawieckie	29
BALTIC TEXTILE & LEATHER	targi (Litwa-Wilno)	35	MAGATEX	tkaniny	27
BELLUSSI GROUP LTD.	tkaniny / dzianiny / maszyny	26	MANNEQUIN	dodatki krawieckie	31
BINEX	dodatki krawieckie	30	MARPOL	dzianiny / dodatki krawieckie	28
BOWIX	maszyny	33	MODENI	konfekcja	14
CENTRUM MODY NADARZYN	centrum handlowe	22	NOVEL	konfekcja	12
COEXIS	konfekcja	3	POLROS	centrum handlowe	24
DAR-BET	konfekcja	7	PTAK	centrum handlowe	21
DZIEDZIC	dzianiny	II str.okł.	RENE	konfekcja	1
DZIEDZIC	usługi	32	SAVA	hurtownia odzieży	IV str.okł.
EDEN	hurtownia odzieży	14	SELEKTOR	maszyny	33
ELLA	konfekcja	8	SHARK	hurtownia odzieży	17
ESTE	konfekcja	4	SPRINTTEX	usługi	31
FABIEN	konfekcja	8	SUNTEX	kapelusze	12
GUMTEX	dodatki krawieckie	29	TAZ	dodatki krawieckie	30
INKA	firma handlowa	14	TEXTILLEGPROM	targi (Rosja-Moskwa)	36
J&S COLLECTION	konfekcja	5	TIMRET	dzianiny	29
JAZPOL	konfekcja	10	WIELKOPOLSKA GIEŁDA ODZIEŻOWA	centrum handl.	25
JB	konfekcja	13	WUMAK	konfekcja	7
KASZMIR	tkaniny	27	WWW.TKANINY.COM.PL	portal internetowy	16
KIELCE FASHION	targi (Polska-Kielce)	23	XAMIRA	konfekcja	4
KONSTANTIN	konfekcja	10			

firmy z dobrym **image** - pytajcie o naszą gazetę!

**Aakash** - hurtownia tkanin  
05-090 Raszyn, Sękocin Nowy, Al. Krakowska 11  
tel. (22) 715 54 50, [www.tkaniny-aakash.pl](http://www.tkaniny-aakash.pl)

**Anna** - hurtownia odzieży  
52-200 Wrocław 65 -Wysoka, ul. Radosna 9  
tel. (71) 391 39 04, [www.anna.wroc.pl](http://www.anna.wroc.pl)

**Bosmann/Lightex** - maszyny / dodatki krawieckie  
93-106 Łódź, ul. Kilińskiego 210  
tel. (42) 684 98 00, [www.lightex.com.pl](http://www.lightex.com.pl)

**Centrum Tkanin** - hurtownia  
70-707 Szczecin, ul. Przodowników Pracy 69  
tel/fax. (91) 460 68 12

**Damiano** - hurtownia bielizny i odzieży  
65-001 Zielona Góra, ul. Lisia 10  
tel. (68) 325 70 16

**Femi** - wyposażenie sklepów  
95-030 Rzgów, ul. Cmentarna 35  
tel/fax. (42) 227 83 90, [www.femi.com.pl](http://www.femi.com.pl)

**Gold-Pol** - hurtownia dodatków krawieckich  
02-180 Warszawa, Al. Krakowska 159  
tel. (22) 868 52 28, [www.goldpol.pl](http://www.goldpol.pl)

**Gronowalski** - hurtownia dodatków krawieckich  
60-104 Poznań, ul. Głogowska 218  
tel. (61) 831 72 21

**Matex** - hurtownia tkanin  
30-347 Kraków, ul. Włodowska 5 (róg ul. Rzemieślniczej)  
tel. (12) 411 95 75, [www.matex-tkaniny.pl](http://www.matex-tkaniny.pl)

**Nitex** - hurtownia dodatków krawieckich  
45-231 Opole, ul. Oleska 117a  
tel./fax (77) 457 81 11, [www.nitex-opole.com.pl](http://www.nitex-opole.com.pl)

**Satyam Tex** - hurtownia tkanin  
05-090 Raszyn, Janki, Al. Krakowska 44  
tel. (22) 720 34 85; fax (22) 720 21 58

**Sava** - hurtownia odzieży  
54-426 Wrocław, ul. Przemkowska 4  
tel./fax (71) 353 27 30, [www.sava.com.pl](http://www.sava.com.pl)

**Shark** - hurtownia odzieży  
60-693 Poznań, ul. Obornicka 251  
tel. (61) 822 69 71

**Spring Tex** - hurtownia tkanin  
95-030 Rzgów, ul. Brzozowa 3  
tel. (42) 214 10 30, [www.springtex.pl](http://www.springtex.pl)

**Tkaniny VIVA** - hurtownia  
53-508 Wrocław, ul. Kolejowa 2  
tel. (71) 361 68 42

**Ventana Jeans** - hurtownia jeansu  
40-847 Katowice, ul. Bocheńskiego 81  
tel. (32) 254 02 48

**Zenitex** - hurtownia tkanin  
40-612 Katowice, ul. Jankego 32  
tel. (32) 251 65 96



# BalticTextile + Leather

Baltijos tekstilė ir oda

**18th International Trade Fair**

**24-26 September 2009,**

**LITEXPO, Vilnius, Lithuania**



**TEXTILES & INTERIOR**



**FASHION & STYLE**



**WORKWEAR & SAFETY**



**LEATHER & SHOES**



**INNOVATION, TECHNOLOGIES,  
EQUIPMENT**



**CONTRACTING**

[www.baltictextile.eu](http://www.baltictextile.eu)

Contacts: e-mail [info@baltictextile.eu](mailto:info@baltictextile.eu)

Ph.: +370 5 2790339; faks.: +370 5 2734782

Organizer:



UAB LENGVOSIOS PRAMONĖS  
CENTRAS

Partners:



LITHUANIAN APPAREL AND TEXTILE  
INDUSTRY ASSOCIATION

LITEXPO



Supported by the Ministry of Economy of the Republic of Lithuania



# 22-25

## XXXIII

FEDERAL TRADE FAIR FOR TEXTILE  
AND LIGHT INDUSTRY GOODS AND EQUIPMENT

международный  
текстильный салон  
textilexpom  
legprom



## SEPTEMBER/2009

### MOSCOW, ALL-RUSSIAN EXHIBITION CENTRE

HALLS № 55, 57, 69, 75



#### "TEXTILLEGMASH"

INTERNATIONAL SALON OF TEXTILE AND CLOTHING  
MACHINERY AND PRODUCTION TECHNOLOGY



#### "APPAREL TEXTILE SALON"

INTERNATIONAL SALON OF APPAREL FABRICS  
AND ACCESSORIES FOR GARMENT PRODUCTION



#### "TECHNICAL TEXTILE AND RAW MATERIALS SALON"

INTERNATIONAL SALON OF TECHNICAL TEXTILES,  
NON-WOVENS, PROTECTION CLOTHES AND RAW MATERIALS



#### "SALON OF GARMENT AND HEADWEAR"

INTERNATIONAL SALON



#### "SALON OF FUR"

INTERNATIONAL SALON



#### "HOME TEXTILE SALON"

INTERNATIONAL SALON FOR DECORATIVE FABRICS,  
HOME TEXTILES AND INTERIOR FURNISHINGS



#### "INTERNATIONAL SALON OF LINGERIE"

INTERNATIONAL SALON



#### "CHILDREN'S SALON"

INTERNATIONAL SALON



#### "SALON OF KNITWEAR"

INTERNATIONAL SALON



#### INTERNATIONAL FAIR "LEATHER-FOOTWEAR-FUR-TECHNOLOGY"

SALON OF FUR AND HEADWEAR: FUR AND SHEEPSKIN GOODS  
SALON OF LEATHER: LEATHER MATERIALS AND FABRICS. LEATHER GOODS  
SALON OF FOOTWEAR: FOOTWEAR FOR WOMEN, FOR MEN, FOR CHILDREN  
SALON OF HABERDASHERY: LEATHER HABERDASHERY, BAGS, BELTS, HANDBAGS, BACKPACKS  
SALON OF COMPONENTS FOR LEATHER GOODS: COMPONENTS, FINISHING MATERIALS  
AND ACCESSORIES. DYES AND CHEMICALS  
SALON OF MASHINERY: MACHINERY AND EQUIPMENT FOR PRODUCTION OF FOOTWEAR

#### ORGANIZERS:



«RLP-Yarmarka» Ltd,  
Tel./fax: (499) 246-2507  
e-mail: yarmarka@legpromexpo.ru  
www.legpromexpo.ru



«Textilexpom» JSC,  
Tel./fax: (499) 124-6685  
e-mail: textilexpom@textilexpom.ru  
www.textilexpom.ru



SEPTEMBER  
**23-26**  
**2009**

# KYIV FASHION

Ufi  
Approved  
Event

FEBRUARY  
**16-19**  
**2010**

The international exhibition

## KYIV EXPO STYLE

The international exhibition

## UNDERWEAR SALON

The international exhibition

## KYIV TEXTILES

The international exhibition

## LEATHER, FUR AND SHOES SALON

The international exhibition

## EXPO TECHMASH

FASHION SHOW program

**BUY  
FASHION  
BRAND**



INTERNATIONAL  
EXHIBITION

INTERNATIONAL EXHIBITION OF GOODS  
AND SERVICES FOR CHILDREN AND  
TEENAGERS



VENUE:  
EXHIBITION CENTER



KYIV EXPO PLAZA

2-B Salutna Str., Kyiv, Ukraine

General organizer-



KYIV INTERNATIONAL  
CONTRACT FAIR JSC

Project management: Tel./f. (380 44) 461 9340, 461 9341. E-mail: [style@kmkya.kiev.ua](mailto:style@kmkya.kiev.ua)  
[www.kmkya.kiev.ua](http://www.kmkya.kiev.ua)





## HURTOWNIA ODZIEŻY

Polska  
54-426 WROCŁAW  
ul. Przemkowska 4  
tel./fax +48 (71) 353 27 30  
+48 (71) 373 96 61  
tel. kom. +48 601 74 14 12  
[www.sava.com.pl](http://www.sava.com.pl)  
e-mail: [sava@sava.com.pl](mailto:sava@sava.com.pl)

ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY  
PRODUCENTÓW I IMPORTERÓW