

THE GRAND MAGAZINE

LIVE
THE GRAND
EXPERIENCE







ROBERTO COIN

NEW BAROCCO & CENTO COLLECTIONS

KULTHO

Forever diamonds



THE GRAND AVENUE, JW MARRIOTT HOTEL
90 CALEA 13 SEPTEMBRIE, BUCHAREST
DOLCEGABBANA.IT



DOLCE & GABBANA

#DGCAPRI



PLEIN.COM

BUCHAREST - THE GRAND AVENUE (JW MARRIOTT), 90 CALEA 13 SEPTEMBRIE



PHILIPP PLEIN

#ALICEINGHETTOLAND



SARTORIA



The Grand Avenue, Calea 13 Septembrie nr 90,
Tel.:0728275133



Pe urmele celor mai buni cu Mercedes-Benz.

Pornește într-o călătorie unică alături de Camelia Potec.
Intră pe www.peurmelecelormaibuni.ro

Mercedes Benz

The best or nothing.



MARCO BICEGO

KULTHO
Forever diamonds





LIVE THE GRAND BUSSINESS EXPERIENCE

THE
GRAND
OFFICES

The GRAND OFFICES, 90 Calea 13 Septembrie, Bucharest
www.grandhotel.ro





FASHION

20

PUBLISHER'S LETTER

34

THE URBAN JUNGLE

54

THE INNOCENCE COMPLEX

102

FAVORITE ITEM

108

PHILIPP PLEIN'S FIRST RESORT
SHOW: LA JUNGLE DU ROI

STORIES

68

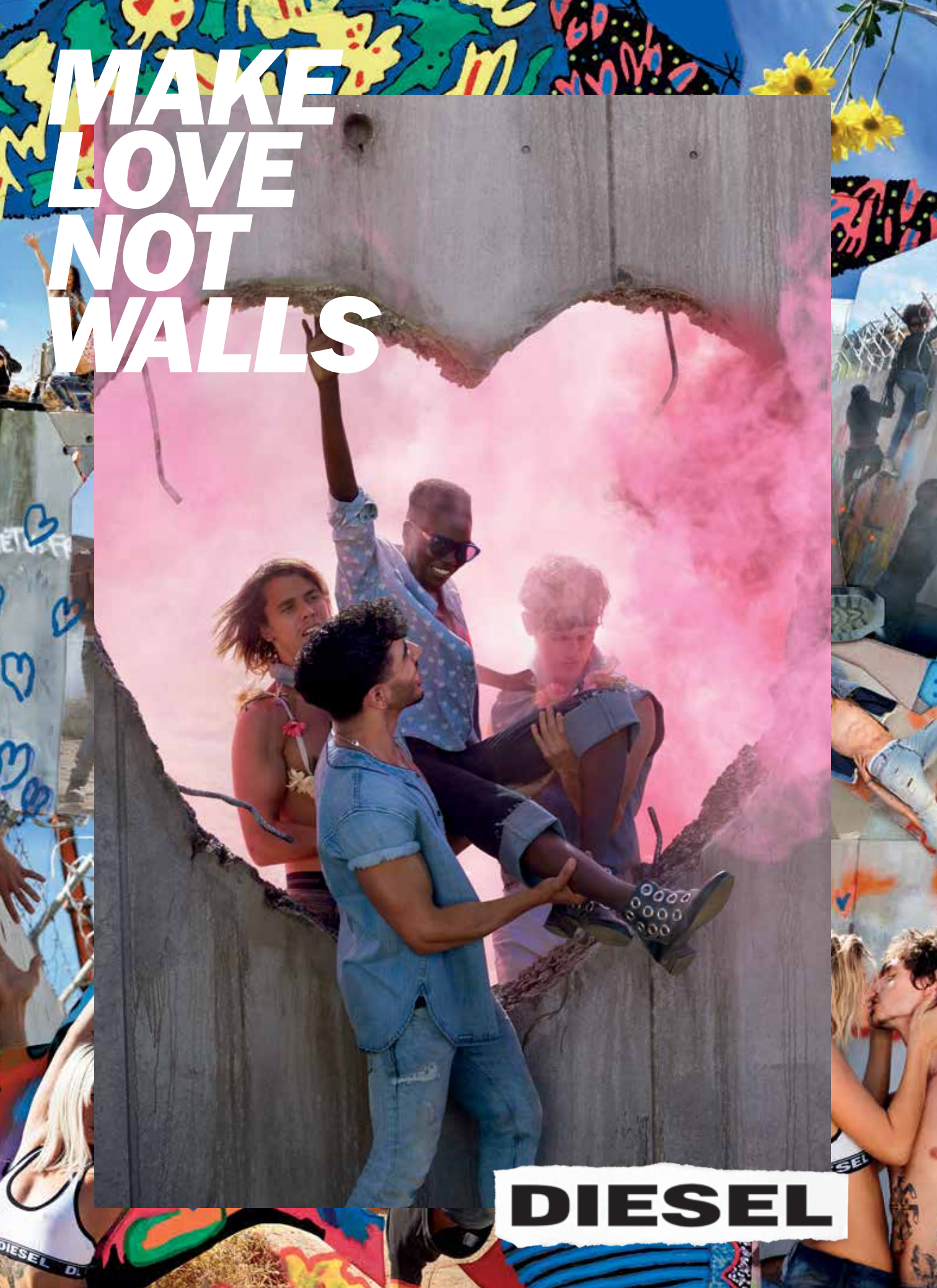
IA TRADIȚIONALĂ A DEVENIT
UN FENOMEN GLOBAL

76

THE GRAND HISTORY OF
BUCHAREST

100

DINE WITH WITH ANDREEA
MACRI



**MAKE
LOVE
NOT
WALLS**

DIESEL



SPRING- SUMMER 2017

GRANDMAGAZINE.RO

BRAND

28

**ELYSEE: CELE ȘAPTE MINUNI
ALE BELLEFONTAINE**

44

**GALT OROLOGERIE ELVEȚIANĂ:
THE LONGINES SYMPHONETTE**

48

GETT'S LA 20 DE ANI!

62

**GALT OROLOGERIE ELVEȚIANĂ:
RADO - PORTRAITS OF TIME**

84

**GALT OROLOGERIE ELVEȚIANĂ:
ZENITH - CHRONOMASTER
EL PRIMERO RANGE ROVER
VELAR SPECIAL EDITION**

106

**RAYMOND WEIL CELEBRATES
THE GENIUS OF DAVID BOWIE**

LIFESTYLE

92

**THE CHRONICLES OF WALK &
SHOOT**

VALENTINO

BLOSSOM LOVE



AMOUAGE

EXCLUSIVELY
in ELYSEE

39 victoriei avenue / the grand avenue(jw marriott)
elysee.eu.com

ROMÂNIA TRĂIEȘTE NOUA EXPERIENȚĂ A LUXULUI

Auzim, zi de zi, despre noi mărci care apar pe piață, de noi produse sau servicii care promit să schimbe percepția clientilor și să reinventeze felul în care interacționăm cu acestea. Campanii agresive de marketing, strategii de vânzări îndrăznețe și un preț din ce în ce mai mare pus pe imagine. În cele mai multe cazuri, uităm lucrul cel mai important: experiența noastră cu respectivele produse sau servicii, felul în care le simțim, depășind latura obiectivă și pătrunzând în zona subiectivă a capacității noastre de analiză.

Luxul se bazează, prin excelență, pe experiența utilizatorului, pe felul în care acesta interacționează cu produsul și pe gradul de satisfacție pe care îl oferă. Experiența este cuvântul cheie atunci când vorbim de produse premium. The Grand își bazează actuala construcție de brand pe felul în care interacționează cu partenerii și cu clienții săi, astfel încât să ofere acestora trăiri extraordinare, în fiecare moment, fie că vorbim de The Grand Offices, zona noastră de birouri exclusivistă, sau despre The Grand Avenue, singura arteră de lux a României.

În perioada următoare, veți observa o accentuare a strategiei noastre de a furniza acea experiență care să consolideze poziția The Grand, tocmai pentru a oferi celor care intră în contact cu serviciile noastre acel sentiment unic care trebuie să înconjoare întodeauna luxul. Ne-am propus să ridicăm ștacheta la un nivel nemaiîntâlnit în țara noastră, pentru a putea arăta tuturor motivele pentru care cea mai puternică comunitate de business din România își dă întotdeauna întâlnire în complexul The Grand din Capitală.

Vă invităm să ne fiți alături în călătoria noastră care va redefini standardele luxului în România.

Oana Mocanu



LIVE THE GRAND EXPERIENCE!



Salvatore Ferragamo

Casa Frumoasa Store, The Grand Avenue, 13 Septembrie 90th,
Tel.: +40731036563 · www.casafrumoasa.ro



IN PARTNERSHIP WITH

Gibson
BRANDS

RAYMOND WEIL's universe is more than ever inspired by music of all genres - from rock to classical. The luxury Swiss watchmakers join forces with Gibson Brands, Inc. to create an exceptional nabucco timepiece, limited to 200 units - emulating the Gibson SG Standard guitar, once again demonstrating its love of music.

Join the discussion **#RWGibson**

GALT
orologerie elvetiana

CALEA DOROBANTILOR 153 TEL: 021 231 45 66
GEORGE ENESCU 5 TEL: 021 318 91 70
THE GRAND AVENUE AT J.W. MARRIOTT TEL: 0372 716 452
info@ceasuri.ro • www.ceasuri.ro

RAYMOND WEIL

GENEVE



Limited Edition - *nabucco*

THE GRAND

MAGAZINE

Bucharest, 90, Calea 13 Septembrie, Sector 5

Phone: 004021.403.40.30

Fax: 004021.403.40.40

Publishing Director **OANA MOCANU**
(oana.mocanu@grandhotel.ro)

Editorial Concept **THE STORY BOARD**
(www.TheStoryBoard.ro)

Photographer **BOGDAN PETRICE**

Make-up Artists **TANIA COZMA, ABAcademy make-up**

Hairstylists **GETTS'S Salons: OANA TRIFU** Stylist, **EDUARD ANCĂU** Asistent
CORINA TRIFU Stylist

Models **DEJAVU MODELS MANAGEMENT**

Creative Director, Digital Designer **TIBERIU MĂNOIU**
(www.tamtamgraphicdesign.ro)

Photos **Guliver / Getty Images**

For shops contact or other kind of info related to our property
please visit www.grandhotel.ro

THE GRAND MAGAZINE is a bi-annually publication, distributed for free in The Grand Avenue
JW Marriott Bucharest Grand Hotel, WorldClass Health Academy at The Grand and our partners locations.
THE GRAND MAGAZINE is a publication of SCH GRAND SRL

©2013 - ©2017 All Rights Reserved to SCH GRAND SRL, 90 Calea 13 Septembrie, Bucharest
Romania

For free issue delivery please subscribe on grandmagazine.ro or send us an e-mail to
oana@grandhotel.ro

THE GRAND OFFICES

***Class A Office Spaces
specially made for your
Business***

right here in the complex



**oana.mocanu@grandhotel.ro
www.grandhotel.ro**



**Prepare yourself for the most amazing
clubbing scene in Bucharest**

DAYTIME CLUB · NIGHT TIME CLUB · OUTDOOR POOL

1 Montreal Square, Bucharest, Romania

www.playerclub.ro



Certificate of Excellence



CELE ȘAPTE MINUNI ALE BELLEFONTAINE



Șapte ingrediente active pentru șapte linii de îngrijire, adecvate pentru toate tipurile de piele ce mențin strălucirea tinereții, exclusiv în Elysée.

Cum a început povestea...

„Măcar de-am putea să creăm antidotul împotriva îmbătrânirii pielii...” este gândul care l-a preocupat îndelung pe Peter Yip, fondatorul Bellefontaine (foto).

A fost înconjurat de artă încă de când era copil și s-a familiarizat cu frumusețea feminină, în timp ce îl privea pe tatăl său pictând.

Armonia perfectă a chipurilor feminine l-a făcut să viseze la tinerețea eternă și în timp el a început să fie atras de cosmetologie. Asemenea unui adevărat vizionar, și-a concentrat toată atenția asupra acestui domeniu, depunând eforturi mari pentru a câștiga Sfântul Graal împotriva îmbătrânirii, combinând cele mai prețioase plante și cele mai rare esențe. Toate acestea au condus la apariția complexului Edelgen, un antioxidant excepțional și o formulă relaxantă care se regăsește în toate cosmeticele Bellefontaine.

Bellefontaine – Izvorul elvețian al tinereții

Când vorbim despre produse cosmetice și de îngrijirea pielii, facem întotdeauna trimitere la Elveția. Bellefontaine crează o punte între știință și natură, legând cea mai avansată tehnologie de producție de extractele din plante în forma lor cea mai pură din Alpii Elvețieni.

Bellefontaine și-a creat o reputație solidă la nivel mondial, fiind acum un exemplu de necontestat în industria de îngrijire a pielii, creând produse la standarde înalte, dezvoltate și fabricate în exclusivitate în Elveția. Astfel, au fost concepute șapte linii de produse, cu formule exclusive, menite să întârzie procesul de îmbătrânire și să protejeze pielea de alte pericole.

Cele 7 minuni ale Bellefontaine

Șapte ingrediente active pentru șapte linii de îngrijire, adecvate pentru toate tipurile de piele, concepute pentru a păstra strălucirea tinereții, având la bază comorile Alpilor Elvețieni, apa de izvor și extracte din plante binecunoscute pentru efectele lor de anti-îmbătrânire.

1. Edelgen

Exclusiv Bellefontaine, acest complex este compus din șapte ingrediente active și anume: extracte de floare de colț, angelică, Centella Asiatica, gălbenele, castan sălbatic, panthenol și amoniu. Acesta este un adevărat scut protector care, alături de un cocktail bogat în nutrienți, apără pielea împotriva razelor UV, frigului și aerului uscat, sporind în același timp, hidratarea straturilor superficiale superioare ale epidermei.

BRAND

2. Apă din ghețarii elvețieni

Renumită pentru puritatea și echilibrul de minerale, în stare naturală, apa din ghețarii elvețieni are înalte virtuți protective, hidratante, antioxidante și de protecție împotriva poluării.

3. Agent iluminator

Această formulă cu o compoziție unică îmbină extracte din șapte plante: nalbă, mentă, primulă, crețișoară, șopârliță, roiniță și coada-șoricelului. Agentul iluminator din Alpi ajută la păstrarea unui ten curat și neted datorită proprietăților sale de curățare și iluminare a dermei.

4. Izoflavonele din iris

Similare estrogenului, aceste substanțe vizează rezolvarea problemelor asociate pielii mature. Acestea previn pierderea fibrelor de colagen și întăresc epiderma. De asemenea, ajută la menținerea elasticității pielii contracaraând, în același timp, scăderea activității hormonale generate de îmbătrânire și favorizând astfel diminuarea semnificativă a ridurilor.

5. Complexul celor trei ceaiuri

Un ajutor real în lupta împotriva radicalilor liberi, aceste amestec de ceai verde, galben și alb are proprietăți antioxidante remarcabile. Protejează pielea de efectele nocive ale razelor solare și poluării.

6. Nanosfere

Acționează ca micro-rezervoare care eliberează treptat agentul activ (hialuronat de dimetilsilanol), hidratând astfel pielea în profunzime și prevenind procesul de îmbătrânire.

7. Hexapeptida Antirid

Această substanță biologică este compusă din 6 amino-acizi naturali care reglează secrețiile de sebum, încetinind, în același timp, proliferarea bacteriilor. Ajută la diminuarea substanțială a profunzimii ridurilor și întârzie procesul de îmbătrânire a pielii prin reducerea tensiunii la nivelul țesuturilor, spre deosebire de Botox care induce paralizia mușchilor.

Cu 10 ani mai tânără?... Nu este de ajuns! Descoperă fântâna tinereții doar în magazinele Elysée.





THE SEVEN WONDERS OF BELLEFONTAINE

Seven active ingredients for seven skincare lines suitable for all skin types to preserve as long as possible the glow of youth, exclusively in Elysée.

How the story begins...

"If only we could create the antidote to skin aging..." it is the quote that Peter Yip, founder of Bellefontaine, often thought of.

He had been surrounded by art since early childhood and became familiar with the beauty of women while admiring his father's painting. Their perfect harmony made him dream about eternal youth. He then took an interest in cosmetology.

Thus, like a true visionary, he put his mind to the issue, endeavouring to conquer the anti-aging Holy Grail, by combining the most precious plants and their rarest essences. This was what gave rise to the EDELGEN complex, an exceptional antioxidant and soothing formula that is contained in all Bellefontaine cosmetics.

Bellefontaine – Swiss spring of youth

When we talk about cosmetics and skin-care products, it is to Switzerland that one makes reference on this matter. Bellefontaine created a synergistic bridge between science and nature, linking the most advanced technology and plant extracts in its purest form stemmed from the Swiss Alps.

Bellefontaine established its reputation throughout the world and is now, an example to be reckoned within the luxury skincare industry, with high-standard products developed and manufactured exclusively in Switzerland. Seven lines of products have been developed with exclusive formulas to delay the signs of skin aging and protect the skin from further damage.





Bellefontaine
SWITZERLAND



BRAND

THE SEVEN WONDERS OF BELLEFONTAINE

Seven active ingredients for seven skincare lines, suitable for all skin types, meant to preserve the glow of youth for as long as possible. Within the high-light, rich treasures from the Swiss Alps, spring water along with plant active extracts well-known for their anti-ageing virtues, are used.

1. Edelgen

Exclusive to Bellefontaine, this complex is composed of seven active ingredients, namely extracts of Edelweiss, Butcher's Broom, Centella Asiatica, Calendula, Horse Chestnut, Panthenol and Ammonium. A genuine shield coupled with a highly nutritive cocktail which protects the skin against UV rays, cold and air dryness, whilst increasing the moisture of the upper superficial layers of the epidermis.

2. Swiss Glacial Water

Renowned for its purity and balance in minerals in their natural form, Swiss Glacial Water possesses protective, hydrating, antioxidant and anti-pollution virtues.

3. Lightening Botanical Agent from the Alps

This unique composition blends seven plant extracts: Mallow, Peppermint, Primrose, Lady's Mantel, Speedwell, Lemon Balm and Yarrow. It helps preserve a clear and even complexion due to its distinguished derma-clarifying properties.

4. Isoflavones of Iris

Similar to oestrogens, these substances target and aim at solving problems related to mature skin. They prevent the loss of collagen fibres and strengthen the epidermis. Also, they preserve the cutaneous elasticity whilst counter-balancing the loss of hormonal activity related to ageing, thus favouring the reduction of wrinkles significantly.

5. The Three Teas Complex

Genuine free radicals fighter, this blend of green, yellow and white tea has remarkable antioxidant properties. It protects the skin from the noxious effects of sunrays, pollution, and diminishes diffused redness.

6. Nanospheres

They act as micro-Cistern (reservoirs) that release their active agent (dimethylsilanol hyaluronate) progressively, resulting of moisturizing the skin and preventing the ageing process.

7. Anti-Wrinkle Hexapeptide

This biological substance is composed of six natural Amino Acids that regularize the sebaceous secretions while slowing down the bacterial proliferation, hence; dramatically help diminish the depth of wrinkles and delay the cutaneous ageing process by reducing tissular tensions, contrary to Botox which paralyses the muscles.

*10 years younger?... Not enough! Discover the
fountain of youth only in Elysée stores.*

THE URBAN JUNGLE



VALENTINO



DOLCE&GABBANA





ROBERTO CAVALLI

BRAICONF

DOLCE&GABBANA

ROBERTO CAVALLI





Stânga
CASA FRUMOASĂ
Centru
PHILIPP PLEIN
Dreapta
DOLCE & GABBANA

VALENTINO





#DontCrackUnderPressure

GALT

orologerie elvetiana

CALEA DOROBANȚILOR 153 TEL: 021 231 45 66

GEORGE ENESCU 5 TEL: 021 318 91 70

THE GRAND AVENUE AT J.W.MARRIOTT TEL: 0372 716 452

info@ceasuri.ro • www.ceasuri.ro



TAGHeuer

SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860



AQUARACER CERAMIC DIAMONDS

Bella Hadid, the new generation's favourite, has everything going for her.

She's beautiful, vivacious, luminous and free-spirited.

She glides through pressure so #DontCrackUnderPressure is the perfect motto for her.

THE LONGINES SYMPHONETTE ADORNS ITSELF WITH PINK IN A RESOLUTELY MODERN VERSION

Launched in 2015, the Longines Symphonette was imagined as a contemporary interpretation of the elegance dear to the Swiss watchmaking brand. The unique oval line of the cases, the sophisticated meshing of the bracelets, the refined dials of the various models are like as many notes combining in perfect harmony. Today, Longines is introducing new models blending rose gold and steel that enrich the collection.



BRAND



Kate Winslet

BRAND

From the beginning, Longines has been in tune with its female customers' desires. In the tradition of the winged hourglass brand's rich watchmaking history, which saw the emergence of many mythical models worn by elegant women through the ages, the Longines Symphonette is the ideal adornment of women whose life is conceived as a never-ending representation. Resolutely contemporary, these creations will enthrall all those who love a chic and trendy aesthetic, while remaining faithful to the elegance that characterizes the brand with the winged hourglass.

Today, Longines is introducing new variations using rose gold and steel that remain as modern and bold as ever. The solid rose gold crown and touches of pink on the dial harmoniously match the bracelet that intertwines steel and a rose gold cap. The brightness of the steel, gold and diamonds enhances the refinement of the dials, while the finely wrought bracelets add the overall final touch.

Available in two sizes, the steel and diamond-set steel oval cases of the Longines Symphonette house a quartz movement. A silver-coloured "flinqué" dial adorned with Roman numerals, a white mother-of-pearl dial enhanced with diamond indexes or a white inlaid mother-of-pearl dial with Arab numerals, all decorated with a rose gold hourglass, adorn the models in this line. These pieces are mounted on steel bracelets and rose gold cap featuring sophisticated meshing.



LIFE

happens
under the Sun

NOW OPEN

Information and reservations
at 021 403 1919
and thegarden@marriott.com
facebook.com/JWMarriottGarden
JWBucharestCollection.ro



GETT'S LA 20 DE ANI! O VIZIUNE, O AFACERE, O ECHIPĂ!



GETT'S
HAIR STUDIO
Hair & Beauty Salon
Men & Women

GETT'S HAIR STUDIO

*Locații de 5 stele
cu destinație
exclusivistă
ce exprimă
răsfăț, îmbină
stilul clasic
cu imaginea
elegantă,
adresate celor
ce-și doresc
intimitate.
Martie 1997:
primul salon
deschis.*



GETT'S
Beauty Miles

GETT'S BEAUTY MILES

*Primul program
de fidelizare,
destinat să
ofere membrilor
săi avantaje
deosebite, prin
apartenența
la unul din
cluburile
GETT'S, lansat
în 2002.*

„Succesul poate fi atins de mulți, dar fără viziune, muncă și constanță, se pierde. Ne place ceea ce facem, suntem împinși de creativitatea care ne zgândăre și nu ne lasă în pace până nu se manifestă” - Lucian Miess

De unde numele GETT'S și de ce această industrie? Își pun mulți întrebarea. Totul a plecat de la o vizită la Campionatul Mondial de Coafură de la Washington din 1996, unde Lucian Miess - fondatorul brandului GETT'S, a realizat diferența dintre o industrie uriașă în SUA și o cooperativă în țară, dar, în același timp, a înțeles și care este potențialul pe care îl are acest domeniu. Având studii de arhitectură și fiind întotdeauna atras de estetic, drept dovadă toată linia de activități conexe, a dorit să creeze un brand vestit, internațional, care să se adreseze acelor clienți pentru care vizita la salon nu este o necesitate, ci un mod de viață, care caută luxul și standarde înalte, într-un mediu de 5****. După șase luni de căutări, a fost găsit numele GETT'S. S-a dorit un nume puternic, scurt, care să ridice semne de întrebare referitor la pronunția corectă (în română sau în engleză - inspirat de afișul filmului Face Off), ceea ce a contribuit la crearea unui brand, ca orice controversă. Astfel, a luat naștere, în 1997, GETT'S Hair Studio, cu primul salon deschis pe Bulevardul Unirii. Fiind un brand de 5 **** gândit pentru locații exclusiviste, în 2001 a fost deschis un nou salon, la parterul JW Marriott Grand Hotel, urmat, în 2005, de cel din Radisson Blu, Dacia Bulevard în 2009 și Incity Residences în 2010.

Abordarea GETT'S pleacă de la o idee centrală - clientul - și construiește apoi în jurul acestuia conceptul care poate oferi maximum de relaxare, de ambient, de confort, de servicii, încercând să ofere fiecărei locații ceva diferit. Ceea ce s-a dorit de la început a fost nu doar un salon, ci crearea unui brand care să aibă un cuvânt de spus și un market share în această

industrie, inexistentă atunci în țară, dar care trebuia să se formeze. Astfel, în anul 2003, Lucian Miess a considerat că a venit momentul pentru a crea un nou brand care să se adreseze persoanelor cu venituri medium-high, un brand de 4 **** care să fie accesibil atât din punct de vedere al prețurilor, al orarului, dar și a disponibilității. Așa a luat naștere brandul GETT'S ColorBar și primul salon deschis într-un centru comercial, București Mall Vitan, după care au urmat Iulius Mall Cluj în 2008, AFI Palace Cotroceni în 2010, Mega Mall în 2015 și Parklake în 2016.

O dovadă a faptului că în spatele brandului GETT'S este un om cu viziune și o echipă performantă sunt rezultatele: 93.241 de clienți fideli din clasa medium-high și high, în 2016, o creștere de aproape 10.000 clienți de la un an la altul, în condițiile în care este foarte greu să generezi creștere în locații mature și în condițiile unei concurențe acerbe, Revista Estetica România și Republica Moldova - una din cele mai bune din întreaga rețea de licențe; software - un ERP de vârf și, nu în ultimul rând, revista GETT'S Highlights Magazine, revista glossy a lanțului de saloane, care este unică în România și printre puținele din lume. GETT'S deține primul program de fidelizare cu acumulare de puncte bonus cu care se pot plăti ulterior serviciile în cadrul saloanelor, precum și sistemul de recompensare cu puncte bonus pentru fiecare client recomandat și feedback oferit. În cadrul platformei digitale getts.ro, clienții își pot gestiona datele, pot lăsa feedback, pot vedea următoarea programare, pot face programări on-line și pot cere detalii pe chat sau accesa blogul sau newsletterul.

BRAND

1997

PRIMUL SALON GETT'S HAIR STUDIO
BD. UNIRII, BUCUREȘTI



2001

GETT'S HAIR STUDIO
JW MARRIOTT GRAND HOTEL



2002

PRIMA FRANCIZĂ BEAUTY DIN
ROMÂNIA - IAKI SPA HOTEL, MAMAIA



2005

GETT'S HAIR STUDIO DOWNTOWN
RADISSON BLU HOTEL, BUCUREȘTI



2009

GETT'S HAIR STUDIO
DACIA BULEVARD, BUCUREȘTI



2010

GETT'S HAIR STUDIO
INCITY RESIDENCES

2010

RELOCARE DOWNTOWN
RADISSON BLU HOTEL, BUCUREȘTI





GETT'S COLOR BAR

Locații de 4 stele, amplasate în centre comerciale, ce combină stilul high-tech și imaginea modernă, pline de energie, accesibile tuturor din punctul de vedere al orarului, prețurilor, disponibilității. Octombrie 2003: primul salon ColorBar.



GETT'S MEN

Decembrie 2016: primul salon dedicat bărbaților. Noul barbershop aduce o atmosferă modern-vintage dată de elemente de design inspirate de anii '50, dar cu tehnologie de ultimă generație.

Din 15 locații deschise în 20 ani, doar patru au fost deschise integral cu fonduri proprii, restul în diverse forme de parteneriate, de la management, asocieri, franciza, ceea ce definește GETT'S ca o firmă de parteneriat cu diversi investitori într-un sistem deschis și modern, ca o recunoaștere a sistemului de management și a valorii brandului, lucru unic pe piața românească. „Am plecat de la valorile, misiunea și țelul pe care le împărtășim și pe care le-am dorit pentru GETT'S. Astăzi, la vremea bilanțului celor două decenii, putem spune că le-am onorat. Promisiunea rămâne deoarece calitatea nu este negociabilă.” spune Miess.

Un brand care nu doar a rezistat, ci a fost, este și probabil că va fi liderul pe acest segment de medium-high și high. Și pentru că a te menține înseamnă să fii mereu în pas cu piața și cerințele ei, GETT'S vine la aniversare cu un nou brand, GETT'S Men, dedicat, în exclusivitate, bărbaților, dar și cu o nouă franciză, GETT'S Platinia în Cluj.

Urmează, cât de curând, instalarea unui CRM – VoIP, un sistem de recunoaștere automată a clienților, GETT'S app, e-shop, precum și deschiderea unei noi locații în București.

În GETT'S și în grupul de firme cu activități conexe există peste 200 de oameni cu specializări diverse și complexe: personal de specialitate pe meserii și departamente diferite, ingineri, IT, recepție, HR, contabilitate, graficieni, editori pentru cele trei reviste pe care le publicăm, personal de vânzări, marketing, personal pentru importuri-exporturi și distribuție, pentru software, franciză, logistică, trainerii pentru alte saloane din România și manageri de la middle management până la top management. Activitățile din grupul de firme includ: softuri dezvoltate de la zero, in-house, manuale operaționale de 300 de pagini, standarde certificate, modele de business la un nivel peste media internațională, mărci internaționale și modele protejate de drepturi de autor. Doar la nivel de IT, putem vorbi despre un lanț de saloane organizate ca rețea în timp real, cu program de fidelizare prin acumulare de puncte, cu produse financiare, cu platformă online de comunicare cu clienții, cu chat și programări online, cu aplicație de mobil în final testing, toate având la bază un soft profesional de tip E.R.P (cel mai complex) cu peste două milioane de linii de programare, dezvoltat de la zero, de peste 15 ani.

„Le mulțumim tuturor celor care au contribuit la această muncă și echipă, indiferent de pondere sau perioadă. Le mulțumim, de asemenea, tuturor clienților ocazionali sau fideli, fără de care GETT'S nu și-ar justifica existența.” Lucian Miess

- Our vision:** Pioneers that influence industry trends
- Our mission:** Continuing education and total commitment to upgrading the professional standards
- Our goal:** Achieving the higher standards of clients satisfaction through the best professional services
- Our promise:** To be the best. To provide the finest professional services. To never compromise our standards, because quality is not negociable.

BRAND

2003

PRIMUL SALON GETT'S COLORBAR
BUCUREȘTI MALL



2008

GETT'S COLORBAR
IULIUS MALL, CLUJ NAPOCA



2010

GETT'S COLORBAR
AFI COTROCENI, BUCUREȘTI



2015

GETT'S COLORBAR MEGA MALL,
BUCUREȘTI



2016

NEW CONCEPT GETT'S COLORBAR
BUCUREȘTI MALL



2016

GETT'S COLORBAR PARKLAKE,
BUCUREȘTI



2017

FRANCIZA GETT'S COLORBAR
PLATINIA, CLUJ



ANNAMARIA
CAMMILLI
F I R E N Z E

Arta prelucrării aurului

• • •

Annamaria Cammilli oferă o colecție de bijuterii unice. Inspirația artistei provine din formele infinite ale naturii și evidențiază uniunea dintre artă și modă. Culoarele exclusiviste ale aurului sunt obținute cu deosebită măiestrie pentru a crea mereu efecte diferite ce sunt complementate de pietre prețioase și semiprețioase sau perle de diferite culori.



Coliere aur alb 750
cu diamante

KULTHO
Forever diamonds

Vă invităm în magazinul KULTHO, universul bijuteriilor italiene.



AVANTI®
F U R S

www.avantifurs.com

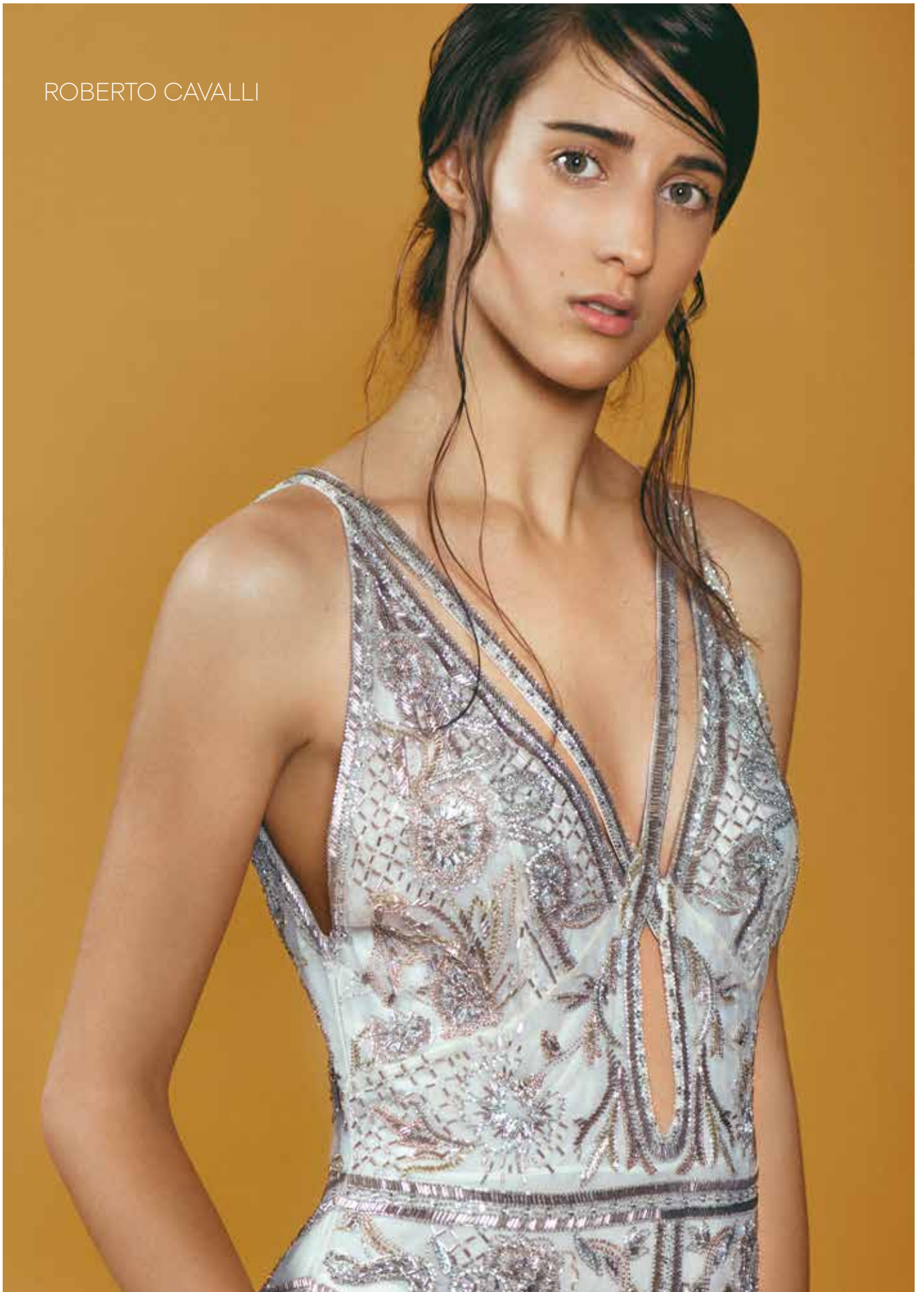
Tel: +40 214033100
Calea 13 Septembrie, Nr 90 Sector 5

THE INNOCENCE COMPLEX

ERMANNO SCERVINO



ROBERTO CAVALLI





VALENTINO

ROBERTO CAVALLI





ERMANNO SCERVINO



MIHAELA DULGHERU

DINE AND WINE

by JW Marriott

Passionate about First Class Cuisine?

Join our exquisite **LOYALTY PROGRAM** and enjoy your generous discounts and other rewards in the restaurants and bars of JW Marriott



dineandwine@marriott.com
021 403 1002
dineandwine.ro

PORTRAITS OF TIME

Rado and Lidewij Edelkoort create four style statements for our times

(Lengnau, Switzerland – 2017) Swiss watchmaker Rado is responding to the current generation's embrace of a more imaginative language of personal style. The brand's latest collection is an ode to the power of unique, individualistic style statements.

Four style statements in particular have been identified by renowned trend forecaster Lidewij Edelkoort, and Rado's newest timepieces embody them perfectly. In Portraits of Time, Edelkoort's latest work for Rado, she places Rado's latest watch collection in these four different style atmospheres, complete with compelling portraits and still lifes.

As Edelkoort explains, her powerful portraits reflect a shift in the current zeitgeist: "Society is developing a taste for portraits, moving away from the ubiquitous selfie and symbolizing a moment of great focus, where the essential becomes coveted and quality governs."

Poetry, memory, comfort and design

In this moment of great focus, four themes emerge: poetry, memory, comfort and design – all of which center around quality, durability and a discovery of personal style. The True Thinline Colours collection embodies a poetic mood, with four jewel-toned watches that blend seamlessly with an artistic vocabulary. Memory comes back to life through vintage-inspired timekeepers, such as the unabashedly retro HyperChrome 1616. The DiaMaster Grande Seconde represents comfort: the retreat to a sphere of cozy domesticity, as seen in the softly masculine look of these timepieces. Design also enjoys the spotlight, with diverse international designers employing unique material strategies and their personal vision to create special editions of the Rado True.

"Rado continues its quest for design-driven products that stand out in a crowd of lookalike watches," states Edelkoort. "Wearing a Rado timepiece feels like a declaration of independence for people who allow themselves to be different, to express themselves, to take time to indulge in design. Taking time to take care of good taste."



BRAND



BRAND



Portrait of comfort

BRAND



Portrait of design

BRAND



Portrait of memory



Portrait of poetry

DECLARAȚIE DE AUTENTICITATE A ROMÂNILOR: IA TRADIȚIONALĂ A DEVENIT UN FENOMEN GLOBAL

Simplă în esența ei, însă complexă în povestea care s-a țesut, de-a lungul vremii, în jurul său, ia tradițională românească a depășit, astăzi, statutul de port tradițional românesc, devenind un produs prețios, elegant, așa cum e firesc să fie un element încărcat de istorie și realizat, prin excelență, de maeștrii artizanali. Astăzi, ia românească are toate ingredientele unui produs de lux, fără însă a se remarca cu elementele opulente ale acestei categorii exclusiviste: are o istorie remarcabilă, o notorietate mondială, este realizată manual și îi crește valoarea odată cu trecerea timpului. În același timp, degajă o naivitate aproape pură, este iubită oriunde și întărește ideea că frumusețea lucrurilor se cizelează odată cu trecerea anilor și a generațiilor.



THE STORY OF



Mădălina Ghenea la Festivalul de Film de la Cannes

THE STORY OF



Principesa Ileana a României

THE STORY OF

La origini, ia a fost, în fapt, o cămașă de sărbătoare, confecționată, de cele mai multe ori, din pânză albă, în sau bumbac, fiind îmbodobită cu mărgelile și având broderii la mâneci și la gât. Este întărită în jurul gâtului cu un șnur răsucit, iar în majoritatea cazurilor manecile sunt încrețite la umeri și la încheieturile mâinilor.

Răspândită larg pe tot teritoriul românesc, ia a beneficiat, de-a lungul timpului, de diferite modele și derivări, tocmai pentru a transmite mai bine mesajele pe care oamenii doreau să le lase moștenire. Nu întâmplător, specialiștii trec peste simbolistica naivă a desenelor și reușesc să descifreze o întreagă filă de istorie a României în evoluția grafică a acestui port populat fascinant. Cert este că tehnica decorării ie s-a transmis de la o generație la alta, iar motivele sunt stilizate, geometrice sau inspirate de natură. În simplitatea ei, ia transmite un amalgam fascinant de sentimente și trăiri în ochii și în sufletul oricărui privitor.

În mod tradițional, ornamentele, culorile și materialele din care erau confecționate iile transmiteau o marcă socială - de vârstă, statut civil, marital, confesional sau zonal. Spre exemplu, fetele nemăritate purtau culori foarte vesele, pentru a le fi evidențiată puritatea, tinerețea și frumusețea. Femeile măritate alegeau întotdeauna ii cusute în culori neutre, de pământ, pentru a fi asociate cu împlinirea familială și statornicia. Și persoanele în vârstă purtau culori vii, dar își cizelau culorile atunci când treceau în diferite etape sociale, ca simbol al doliului. Pentru că a reușit să transmită atât de multe emoții, ia tradițională românească a ajuns să fie purtată oriunde, atât la țară, cât și la oraș, iar de fiecare dată când acest produs a fost exportat, a stârnit valuri de apreciere și admirație.

Sfârșitul secolului 19 și începutul secolului 20 a readus în prim plan ia românească, acest element vestimentar transformându-se dintr-un produs național într-un fenomen internațional, o formă a exprimării și a statutului poporului român, un simbol de autenticitate care reușește să se păstreze în cea mai pură formă a sa, chiar dacă a suferit interpretări și modificări menite să îi completeze existența. În anul 1850, avem parte de o primă creație artistică la cel mai înalt nivel în care apare ia românească: binecunoscutul pictor român Constantin Daniel Rosenthal realizează portretul Mariei Rosetti îmbrăcată într-o ie spectaculoasă, o imagine care devine reprezentativă pentru cultura și istoria țării noastre: România Revoluționară.

Regina Elisabeta a României, soția Regelui Carol I, a fost prima promotoare a portului tradițional românesc și în special a ie: ea este cea care a introdus în Casa Regală iubirea față de acest produs, fiind adesea admirată în astfel de ținute. Ani mai târziu, tot o regină a României a transformat ia într-o declarație de autenticitate: Regina Maria s-a îmbrăcat în nenumărate rânduri în portul românesc, notorietatea acestuia depășind, pentru prima oară, granițele țării. Imaginile cu Regina Maria îmbrăcată în ie sunt și astăzi un motiv de mândrie și bucurie pentru orice român.

Passul următor în cariera internațională a ie a fost realizat de unul dintre cei mai mari pictori ai secolului trecut: francezul Henri Matisse a fost fascinat de frumusețea ie și a transpus-o pe pânză într-una dintre lucrările sale celebre: *La Blouse Roumaine*, realizată în anul 1940. Deja lucrurile iau o turnură spectaculoasă și ia românească devine un simbol al României în ochii străinilor. Oamenii sunt din ce în ce mai interesați de istoria și frumusețea acestui element tradițional care devine deja un ambasador al țării noastre.



La Blouse Roumaine de Henri Matisse
Foto: henrimatisse.org

THE STORY OF

Ajungem deja în zona Haute Couture a modei, acolo unde unde ia românească își face debutul în anul 1981: celebrul Yves Saint Laurent, îndrăgostit de pictura "La Blouse Roumaine", aduce un omagiu lui Matisse și inserează în colecția sa toamnă-iarnă o piesă care devine legendară: o bluză extrem de rafinată cu puternice influențe din cultura populară română. Acesta este debutul oficial al ieii pe podiumurile internaționale, o carieră care durează până în zilele noastre și care a fost sursă de inspirație pentru mulți alți designeri internaționali.

Un sfert de secol mai târziu, un alt creator avangardist - Jean-Paul Gaultier - se inspiră din ia românească și dă naștere unei noi file de poveste: ia românească revine triumfal pe podiumurile de modă în 2006. Doi ani mai târziu, în 2008, Oscar de la Renta își găsește inspirația în cultura tradițională europeană, în special cea românească, și realizează o colecție cu adevărat spectaculoasă. Creatorul va rămâne apropiat curentului și va realiza, ulterior, și alte ținute cu inspirație românească, semn că motivele noastre tradiționale i-au rămas foarte dragi.

Astăzi, ia românească a devenit un fenomen global, fiind purtată de foarte multe vedete internaționale, atrase de spiritul autentic, original, precum și de frumusețea și delicatețea croielii.



Taylor Swift

DON'T MISS
THE LATEST
NEWS & TRENDS
IN FASHION



www.grandlifestyle.ro

Summer Collection 2017



BRAICONF
fondat 1950

The Grand Avenue, JW Marriott Hotel, Calea 13 Septembrie nr.90, București www.braiconf.ro / office@braiconf.ro / 021 313 3181
București. Cluj-Napoca. Timișoara. Oradea. Brașov. Constanța. Brăila. Gilati. Ploiești. Pitești. Craiova.





THE GRAND HISTORY OF BUCHAREST

VECINUL BOEM AL COMPLEXULUI
THE GRAND: COTROCENIUL,
CEL MAI ÎNDRĂGIT CARTIER AL
BUCUREȘTIULUI



Complexul The Grand este poziționat în centrul orașului, în imediata apropiere de unul dintre cele mai elegante și boeme cartiere ale orașului - cartierul Cotroceni - considerat de mulți cea mai elegantă și boemă zonă a Capitalei. TravelSupermarket.com, unul dintre cele mai cunoscute site-uri de călătorii de pe bătrânul continent, plasează Cotroceniul în primele 20 cartiere din Europa, într-un clasament realizat de cei care l-au vizitat. Profitați de oaza din verdeață care se poate vedea în spatele clădirii The Grand și descoperiți, la pas, de ce Bucureștiul era denumit, în perioada interbelică, și Micul Paris.



Istoria zburciată a unei păduri seculare

Cartierul Cotroceni are o istorie pierdută în negura timpului, fiind una dintre cele mai vechi așezări atestate pe arealul geografic dominat astăzi de Capitală. Prima atestare documentară a zonei are loc în timpul domniei lui Mihai Viteazul, iar denumirea de Cotroceni pare să aibă originile în timpul domniei lui Gheorghe Duca, zeci de ani mai târziu. Astfel, legenda spune că proprietarul acestor pământuri era logofătul Șerban Cantacuzino, care deținea vaste suprafețe pe malul vestic al Dâmboviței, într-o zonă care era considerată rău famată. Tot acolo era și pădurea Cotrocenilor, un loc sălbatic, prin care treceau doar cei care doreau să își facă pierdută urma: nelegiuții și cei care fugeau din calea autorităților vremii. În acea perioadă istorică destul de complicată, ascensiunea lui Cantacuzino nu a fost privită cu ochi buni de dușmanii săi, care au conspirtat împotriva sa în anturajul domnitorului. Acesta, informat greșit, își trimite trupele pentru a-l pedepsi pe boier. Speriat, Cantacuzino alege calea refugiului și se ascunde pe domeniile sale, mai exact în Pădurea Cotrocenilor, acolo unde stă câteva zile, sprijinit și de oamenii din zonă. Între timp, domnitorul Duca se liniștește și, astfel, situația revine la starea firească a lucrurilor.

Prima Biblie românească a fost tipărită în Cotroceni

Cantacuzino nu uită însă sprijinul oamenilor din zonă și, în semn de recunoștință, se reîntoarce în locurile în care s-a adăpostit și construiește, în perioada în care a fost domn al Țării Românești, Mănăstirea Cotroceni. În timp, aceasta devine cel mai bogat și influent lăcaș de cult din țară, cu multiple proprietăți. Între zidurile sale se desfășoară o puternică activitate culturală, sprijinită de Cantacuzino, fiind tipărite nenumărate încrisuri în limba română, printre care și binecunoscuta "Biblie de la 1688", care devine prima traducere integrală a textului biblic în limba română. Astăzi, această operă este considerată de mulți un monument al limbii române vechi, cu o însemnătate colosală pentru dezvoltarea limbii literare. George Călinescu susținea că Biblia românească de la 1688 reprezintă pentru poporul român ceea ce a reprezentat Biblia lui Luther pentru germani.

A NEW TONE OF EXPRESSION

Introducing brass tone to
the Bang & Olufsen collection.

bang-olufsen.com



BEOLAB 18
3050 €



BEOSOUND 1
1295 €



BEOSOUND 35
2095 €



BEOVISION 14
6925 €

COOL MODERN COLLECTION

BANG & OLUFSEN

LIKE NO ONE ELSE

SOUND VISION @ JW MARRIOTT - WWW.SOUNDVISION.RO OFFICE@SOUNDVISION.RO

* Recommended retail prices. BeoLab 18: Price is based on a pair of loudspeakers with smoked oak front panel and floor stand. BeoVision 14: Price is based on BeoVision 14 40" with smoked oak lamellas. Price excludes placement option on either wall or floor starting from € 415. Energy class C.

Modernizarea României a pornit din Cotroceni

În aceeași perioadă, Cantacuzino construiește și locuințe domnești și, astfel, zona se transformă într-una modernă, cu multiple anexe și dependențe. Următorul pas important în evoluția zonei a fost la jumătatea secolului 19, atunci când domnitorul Alexandru Ioan Cuza a locuit aici, mai ales în perioada verii. Tot acesta a adus numeroase modificări și îmbunătățiri, astfel încât vechile case domnești au fost modernizate și decorate conform celor mai noi tendințe din perioada respectivă. În domeniul din Cotroceni, Cuza a desfășurat, în anii ce au urmat, o intensă activitate, reforme care au dus unificarea administrativ-teritorială a Principatelor Unite și au inițiat procesul de modernizare a societății românești, odată cu pachetul legislativ care a transformat radical societatea, printre care amintim: legea secularizării averilor mănăstirești, legea electorală, legea rurală, legea instrucțiunii publice, ultima fiind prima lege modernă a învățământului românesc.

Prima Grădină Botanică a orașului

Dezvoltarea cartierului Cotroceni continuă și după finalul domniei lui Cuza, arealul fiind deja considerat o zonă importantă a orașului. Astfel, prima grădină botanică din București a fost întemeiată în anul 1860, lângă Facultatea de Medicină (foto), de către Carol Davila. Aceasta a fost relocată în spațiul actual 24 de ani mai târziu de către Dimitrie Brândză, botanist român, unul dintre întemeietorii școlii botanice românești, sprijinit de către Louis Fuchs, un arhitect peisagist belgian. La începutului secolului 20, în Cotroceni își face apariția o nouă clădire simbol a Bucureștiului - Palatul Facultății de Medicină, o construcție în stil neoclasic francez, după un proiect al arhitectului elvețian Louis Pierre Blanc.

Palatul Facultății de Medicină din București



D
i
v
e



From swimming sessions to relaxing moments or triathlon training – enjoy this amazing aquatic experience to the fullest.

Only at

POOL

by

WorldClass®

at the Grand

oana.dumitrescu@worldclass.ro | +40 734 302 230

Stilul neoromânesc se întâlnește la tot pasul

Astăzi, Cotroceniul este unul dintre cele mai frumoase cartiere din București, cu o arhitectură cu adevărat specială, străzi liniștite, cafenele și restaurante pline de farmec. Casele sunt intime, multe dintre ele construite în stil neoromânesc, ferite de aglomerația unei metropole europene, cu grădini și vegetație veche, ceea ce transformă acest colț de oraș într-unul din puținele locuri care și-a păstrat farmecul interbelic, mai ales că aici nu există deloc blocuri construite în perioada comunistă. Povestea Cotrocenilor se scrie zi de zi, departe de forfota orașului, alături de oameni speciali, artiști, turiști sau persoane care pur și simplu iubesc acest loc boem al orașului, îl respectă și îi duc mai departe faima de loc încărcat de istorie.



Palatul Cotroceni. Foto: muzeulcotroceni.ro

Muzeul Cotroceni și reședința Președintelui României

Palatul Cotroceni este, probabil, cea mai cunoscută destinație culturală a acestui cartier, întrucât găzduiește Muzeul Național Cotroceni, alături de care se află și Biserica Cotroceni. În același timp, Palatul găzduiește și Administrația Prezidențială, fiind reședința oficială a șefului de stat. Construcția actuală a fost realizată între anii 1893 - 1895, fiind ridicată de statul român și destinată prințului moștenitor Ferdinand de Hohenzollern-Sigmaringen. Astăzi, complexul Cotroceni este reședința din întreg teritoriul românesc care a cunoscut folosința cea mai îndelungată, de la sfârșitul secolului al XVII-lea și până în prezent.

Opera Națională București - cel mai mare teatru liric din țară

Foarte aproape de complexul The Grand, la extremitatea Cotrocenilor, se află unul dintre cele mai importante instituții culturale din România - Opera Națională București, cel mai mare teatru liric din țară. Impozanta clădire găzduiește și Muzeul Operei și beneficiază de o scenă de 24 metri lățime, 20 metri adâncime și 30 de metri înălțime. În fața construcției se află statuia

marelui muzician George Enescu, considerat a fi cel mai important muzician român. Sala Operei va fi gazda unora dintre reprezentațiile de excepție din cadrul Festivalului George Enescu, ediția 2017, cea mai mare manifestare a muzicii clasice din România și una dintre cele mai mari din Estul Europei.

Opera Națională din București



CHRONOMASTER COLLECTION: CHRONOMASTER EL PRIMERO RANGE ROVER VELAR SPECIAL EDITION



At the occasion of the 2017 Geneva International Motor Show, Zenith and Land Rover are celebrating their creative relationship by presenting a new Chronomaster El Primero Range Rover Velar Special Edition.

The timepiece features a new elegant brushed grey dial with copper-toned details, and a new black rubber strap coated with black-toned perforated calfskin, inspired by ideas from both brands' product design and engineering departments. A watch to embrace the heritage and strong credentials of two legends.

In 1969, Zenith unveiled its fabled El Primero chronograph. That same year, British car manufacturer Land Rover introduced the prototype of the very first luxury off-road vehicle: the iconic Range Rover, which hit the markets in 1970. Fired by the same pioneering spirit and the same ability to explore new horizons, these two original creations achieved legendary status.

In 2017, Zenith and Land Rover are continuing to celebrate the creative relationship. Featuring a ceramised aluminum case of 42 mm and beating at 36,000 vibrations per hour,

the new Chronomaster El Primero Range Rover Velar Special Edition introduces an appealing brushed grey dial with copper-toned details. Whether on the wrist of an intrepid explorer or an elegant gentleman, it also exudes an inimitably chic aura, enhanced by a new black rubber strap coated with black-toned perforated calfskin. This leather is the same high quality hide used on Range Rovers and is secured by a triple folding clasp in DLC-treated titanium.

Jean-Claude Biver, Zenith CEO & President of the LVMH Watch Division said: "Zenith is the ultimate reference for chronometry (precision timekeeping), having won 2,333

BRAND

chronometer prizes. The authentic Manufacture is a major player in the Swiss watch industry. Zenith stands for Art, Tradition, Culture and above all, produces real and authentic “museum quality” models at nonetheless affordable prices. It is essential that we preserve these qualities, as they all belong to the more than 150-year DNA of Zenith. We are here not just to run a company, but also to serve its brand history and DNA – just as Range Rover is doing. The main task and challenge we have in common is a determination to protect our tradition, but at the same time to find the right and harmonious way of connecting our tradition to the future, while showing extreme respect for our iconic products.”

Gerry McGovern, Land Rover Chief Design Officer, added: “The Range Rover Velar brings a new dimension of modernity, elegance and a touch of glamour to the range rover family. The Chronomaster El Primero Range Rover Velar Special Edition, created with these very same principles, comes with a bloodline like no other and is refined for every occasion. It will stir the emotions.”

The new Chronomaster El Primero Range Rover Velar Special Edition celebrates the strength and significance of a partnership that is fully geared up to go the distance. Chronomaster El Primero Range Rover Velar Special Edition – 42MM



TRIBUTE TO OUR PARTNERSHIP WITH LAND ROVER / RANGE ROVER
AUTOMATIC EL PRIMERO COLUMN-WHEEL CHRONOGRAPH WITH DATE INDICATION AT 6 O'CLOCK
CERAMISED ALUMINIUM CASE: 42 MM DIAMETER
BRUSHED GREY DIAL WITH COPPER COLOR DETAILS
SPECIAL OSCILLATING WEIGHT ADORNED WITH ZENITH & RANGE ROVER LOGOS

STREET STYLE



Ioana Chișiu
Blogger
www.ioanachisiu.com

Hanorac - moja.ro
Cizme - publicdesire.uk

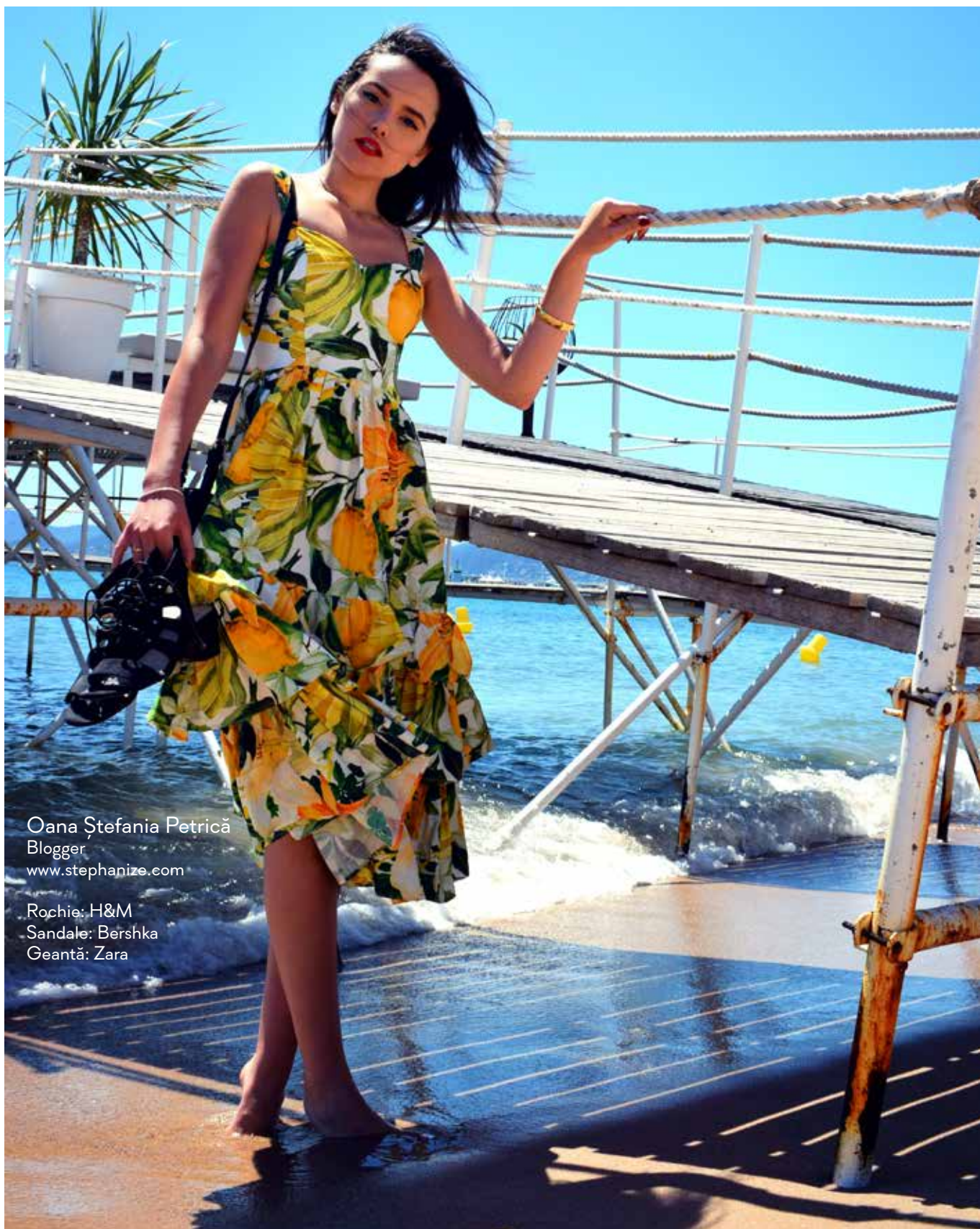
STREET STYLE



Silvia Postolatiev
Blogger
www.postolatieva.com

Sacou & jeans - Guess
Tricou - Cos
Geantă - Louis Vuitton
Pantofi - Liu Jo
Șosete plasă - SevenSins

STREET STYLE



Oana Ștefania Petrică
Blogger
www.stephanize.com

Rochie: H&M
Sandale: Bershka
Geantă: Zara

STREET STYLE



Irina Donciu
Marketing Manager
Trăiește în Londra

Fustă - Closet London
Top - ZARA
Plic - Guess
Pantofi - Steve Madden





Summer Collection 2017

The Grand Avenue, JW Marriott Hotel, Calea 13 Septembrie nr.90, București. www.braiconf.ro / office@braiconf.ro / 021 313 3189
București. Cluj-Napoca. Timișoara. Oradea. Brașov. Constanța. Brăila. Galați. Ploiești. Pitești. Craiova.



THE CHRONICLES OF WALK & SHOOT

Walk & Shoot este un workshop de fotografie și explorare urbană destinat tuturor fotografilor, atât amatori, cât și profesioniști. Conceptul care stă la baza acestui workshop este acela de a crea condițiile perfecte pentru ca participanții să se poată conecta în totalitate la experiența fotografică pe care o caută. Astfel, participanții au posibilitatea să se plaseze exact în acel context – fie o sesiune foto axată pe fashion, lifestyle, fie fotografie documentară sau fotografie de stradă – care le permite să obțină fotografiile pe care și le-au dorit și imaginat. Walk & Shoot este un tur al unor zone încărcate cu povești mai puțin cunoscute care sunt dezvăluite participanților de către un ghid talentat și pasionat de istoria acelor locuri. În timp ce participanții află secretele, poveștile și detaliile savuroase de pe parcursul traseului, un fotograf profesionist le coordonează activitatea fotografică.

Echipa Walk & Shoot este una tânără, dinamică și determinată. Workshop-ul a fost lansat în vara anului 2016 ca un proiect conex brandului Merg.În. Platforma www.merg.in are menirea de a oferi cititorului o perspectivă amănunțită asupra comunităților pe care urmează să le viziteze, în același timp contribuind la păstrarea identității acestora. Spre exemplu, dacă mergi în București, poți vizita pagina www.merg.in/bucuresti și vei afla ce este de făcut sau de vizitat în Capitală, precum și ce oameni poți întâlni și cum văd ei comunitatea din care fac parte. Așadar, Walk & Shoot este o aplicație practică care vine în completarea platformei și conceptului Merg.În.

Și iată relatarea unei aventuri Walk&Shoot în trei zone dintr-un București înzăpezit.



Duminică, 22 ianuarie, se anunțase cea mai caldă zi din lună. Noi eram entuziasmați de prezicerile lui „Busu” și ale Romicăi Jurca mai mult ca niciodată pentru că Walk & Shoot presupune ceva mers pe jos, iar cele 0 grade anunțate promiteau o plimbare ceva mai suportabilă decât gerul zilelor anterioare. Walk & Shoot #3, căruia ludic i-am spus și 3 Felii a vrut să arate participanților trei cartiere adiacente și totuși extrem de diferite ale Bucureștiului, cartiere cu istorii tumultuoase, povești mai mult sau mai puțin știute și cu multă personalitate – cartierul Parcul Carol-Filaret, cartierul 13 Septembrie și cartierul Cotroceni. La finalul zilei ne-am uitat pe telefoanele cu aplicații pedometru și unii ar fi mers 7 km, alții 9 km și alții 12 km; traseul a fost de vreo 6,5 km, așa că diferențele le-am pus pe agitația mai mare sau mai mică a fiecăruia în timpul ședințelor foto.

Așadar, duminică, pe 22 ianuarie, ne-am întâlnit cu toții aproape de Parcul Carol și am luat-o la pas pe

strada Candiano-Popescu. Ghidul nostru, Andreea, ținea neapărat să ne arate primul proiect de locuințe sociale din București aflat pe strada Lănăriei. Ne-a vorbit tot drumul de Vicontele de Gramont care cândva deținea toată zona în moșie, de una dintre cele mai vechi fabrici din București (Uzina de gaz și electricitate de pe Candiano Popescu), de motivele pentru care primăria Bucureștiului a decis realizarea proiectelor de case sociale, de platanii de pe Lănăriei care au deja vreo sută de ani și câte și mai câte. La un moment dat, Bogdan (Botofei) remarcă strada Frigului și începe să facă fotografii – adevărul este că pancarta cu strada Frigului se potrivea de minune cu nămeții omniprezenți (n.r. – în prima parte a lunii ianuarie a nins extrem de mult și la momentul workshop-ului Bucureștiul era în continuare îngropat în zăpadă). Apoi, le zice glumind participanților ceva de genul „Bună dimineată! Suntem la workshop de fotografie și nici unul nu are încă aparatul în mână? Păi ce facem?”. Așa că, încet-încet, participanții și-au scos aparatele și au început clic-urile.



La Citrine cu Aeon Blank

Andreea ne-a dus prin Parcul Carol unde, pe lângă poze și povești, am făcut și ceva gimnastică: am urcat pe lângă scări până la Mausoleu, apoi am tot urcat și coborât în încercarea de a prinde lumina și compoziția perfecte, pentru ca la final să ne ducă pe o potecă cu pantă cam abruptă care ne-a scos la Filaret. După ce am cules și un participant întârziat, Andreea ne-a dus pe la Palatul Suter (apropo, știți cât de interesant arată strada Xenofon plină de zăpadă și gheață?), pe strada Lămâitei, pe strada Slobozia și tot ascultându-i poveștile – familia ei a locuit în zonă încă de la începutul secolului 20, așadar avea o grămadă de povești pe care numai un locuitor le poate ști – ne-am trezit că am ajuns pe strada Sirenelor, în fața unei clădiri renovate în care se află atelierul Citrine (design vestimentar). Prima imagine a fost cu multe textile de toate culorile și cu multe mașini de cusut, însă de undeva mai din spate, se auzeau o chitară și cineva cântând. În spatele unui paravan imens de haine se aflau 3 dintre membrii formației Aeon Blank, care o puseseră de un mic show acustic doar pentru noi. Emil, solistul, a crescut în aceeași zonă cu Andreea și ne-a povestit și el una-alta despre ceea ce tocmai văzuserăm. Cu Aeon Blank am exersat fotografia de formație, Bogdan coordonându-ne la fiecare clic și dându-ne ca temă să realizăm o fotografie bună pentru un afiș de concert. Rând pe rând, fiecare participant și-a setat propriul cadru, am dat drumul la lumini, la mașina de fum și la muzica Aeon Blank pe fundal și am fotografiat cu toții sute de cadre.

Ion, al doilea ghid al nostru, și-a început povestea chiar de la Citrine. Pe geam se vedea singura casa care a supraviețuit demolărilor din zona Uranus. După sesiunea foto cu Aeon Blank, am plecat mai departe pe traseu.

Pentru că și Ion a copilărit în zonă a insistat pe istoria recentă a cartierului. Despre demolările care au avut loc în anii '80 se găsesc relativ ușor materiale bine documentate și bine scrise.

Ion le-a povestit participanților cum, în cartier, a copilărit alături de peste 100 alți copii și despre jocurile copilăriei lor. Unul dintre locurile preferate de joacă erau fundațiile blocurilor neterminate de pe strada Uranus (acestea au fost terminate pe la începutul anilor 2000). Apoi le-a arătat locul din spatele blocurilor, unde se juca la greu fotbal, frunza, elasticul, baschet și un million de alte jocuri. La frunza erau organizate adevărate campionate. Erau desenate trei terenuri – unul mare pe care se juca finala și două mai mici. Ion și-a adus aminte cum o parte din vecini au reușit să convingă și restul „blocatarilor” să construiască niște ghivece, că făceau prea mult zgomot jucându-se. Copiii din cartier au ripostat și, cu un ciocan,



le-au distrus. Vecinii le-au reconstruit. Copiii le-au distrus din nou. A treia oară, copiii nu le-au mai distrus, au zis că-i mai bine să lase de la ei.

Au curs multe amintiri despre cum se jucau în curtea și pe gardul Palatului Parlamentului (în curte se găseau corcodușe, multe corcodușe). Tot 13 Septembrie a fost unul dintre locurile din București unde s-a născut moda rolilor (inline skating), locul unde s-a născut Mega Image în România (a fost frumos la inaugurare: s-a dat cu artificii) și locul unde mulți copii se jucau toată ziua. Pentru țevile pentru cornet mergeam pe „hotel” locul unde acum este JW Marriott Bucharest Grand Hotel.

Marriott, Cucina cu Chef Alin și Assamblage

Ajunși la JW Marriott Bucharest Grand Hotel, Ion ne-a condus în restaurantul Cucina, care, în mod normal, era închis pentru public la acea oră, unde ne-a întâmpinat Chef Alin Berba. Am fotografiat un show culinar de trei feluri, la final Chef Alin spunându-ne că lui nu îi place să fie fotografiat, dar că prezența și entuziasmul nostru l-au făcut să se simtă foarte confortabil și în postura de subiect principal al fotografiilor noastre. De la Cucina am plecat atât cu fotografii reușite, cât și cu poftă de mâncare, așa că următoarea oprire a fost chiar la masă unde am mâncat unul dintre felurile anterior demonstrate de Chef Alin – tortellini cu ricotta, prosciutto crocant și trufe negre.

Mâncăți și entuziasmați am urcat până la etajul nouă (cu liftul, bineînțeles) unde, într-unul dintre apartamente, ne aștepta echipa de styling (Cristina Anghel de la Avon și Marius Achim de la Haze Hair) care tocmai finalizau look-ul Mădălinei (Rue des Modeles) pentru prima ședință foto. Conceptul ședințelor foto a fost multiculturalism, fiecare dintre cele trei ținute reflectând câte o naționalitate. Am început cu stilul Harajuku, apoi am continuat cu un stil clasic reminiscent al stilului feminin relaxat francez și am terminat cu un look glam androgin care ne-a dus cu gândul la T-Rex și David Bowie, însă transpuși în prezent. Participanții au admirat ținutele modelului (mulțumim Molecule F) și au fotografiat timp de trei ore aproape fără oprire sub coordonarea lui Bogdan, care le dădea tot felul de teme de tipul

„realizați o fotografie în care să fie o reflexie”, „găsiți cât mai multe triumfuri în următoarele cadre” ș.a.m.d.

Era deja noapte afară când ne-am urcat în microbuz ca să ajungem la următorul punct al traseului: Școala de Bijuterie Contemporană Assamblage, înființată de David Sandu. Acolo ne aștepta Alina Petcan, care ne-a povestit despre bijuterii, despre manufactura acestora și ne-a arătat diverse tehnici de realizare a bijuteriilor. Cât Alina povestea și crea, noi fotografiam, căutând umbre în spațiul luminat de o singură lampă, prinzând detalii și, per total, încercând să realizăm acea poză bună cerută de Bogdan pentru momentul Assamblage. După ce ne-am luat rămas bun de la Alina, am fost preluați de Iulian de la ÎnCotroceni, care ne-a plimbat pe străzile luminate și pline de copii ieșiți la joacă în cartier. Am ascultat povești despre istoricul cartierului, despre schimbările prin care au trecut unele case, despre stilurile arhitecturale din Cotroceni și despre personalități care au trăit sau trăiesc în zonă.

Finalul Walk & Shoot înseamnă feedback. Ne-am adunat cu toții la sediul Merg. În unde am început să ne uităm prin fotografiile realizate și să le selectăm pe cele reușite. Bogdan ne-a cerut să arătăm o fotografie cu Bucureștiul iarna, una cu Aeon Blank, una cu show-ul culinar și una din sesiunile foto cu Mădălina. Fiecare am dat câte 4 fotografii și cu toții am stat să le analizăm și să le discutăm până pe la ora 23.00. Nici nu ne-am dat seama când a trecut ziua și când am făcut fiecare peste 1000 de fotografii. Dar na, acesta este Walk & Shoot.



THE CHRONICLES OF WALK & SHOOT

Walk & Shoot is a photography and urban exploration workshop designed to meet all the needs of both amateur and professional photographers. The underlying concept of this workshop is to set the stage for the participants to completely immerse in the type of photography-experience they are looking for. Therefore, the participants get to be in the exact context that allows their photos to reflect the desired reality – may this context be a fashion photo shoot, documentary photography of an interesting community, lifestyle photography or street photography. Walk & Shoot is a tour through an area that usually holds less known stories revealed to the participants by a gifted guide while they take photos of their surroundings, under the coordination of a professional photographer.

The Walk & Shoot team is young, enthusiastic and driven. They launched this workshop in the summer of 2016 as a side-project connected to their main platform, www.merg.in – the Merg.În brand. Merg.În literally translates to “Going to” – it is a platform that shows one all the facets of the places you will go, underlining the community’s identity. For example, if you are “going to Bucharest”, you can visit www.merg.in/bucuresti and you will find out what can be done there, what can be visited and what people have to say about it. Thus, Walk & Shoot is a practical application of Merg.În that creates unparalleled experiences.

Below, you can read about one of the Walk & Shoot adventures in three different neighbourhoods in Bucharest.



Sunday, 22nd of January, was announced to be warmest day of the month. We were more than enthusiastic about Busu's and Romică Jurcă's meteorological predictions! Especially because Walk & Shoot means walking by foot and those 0 degrees Celsius they had announced were promising, as opposed to the freezing cold that we felt the previous days!

Walk & Shoot #3, which we playfully called "3 slices", wanted to show the participants three adjacent, still completely different, neighbourhoods of Bucharest. These neighbourhoods have hectic histories, stories more or less known and a lot of personality: Carol Park – Filaret neighbourhood, 13th of September neighbourhood and Cotroceni neighbourhood. At the end of the day we looked at our fitness apps – on our phones, of course – and some walked 7 kilometres, some walked 9 and others walked 12 kilometres – the whole route was about 6.5 kilometres, so we accounted the differences on the fact that some participants were more agitated than others.

Therefore, on Sunday, the 22nd of January, we all met close to Carol Park and we slowly started walking on Candiano-Popescu street. Our tour guide, Andreea, really wanted to show us the first social houses project in Bucharest situated on Lănăriei street. She talked all the way about Viscount Gramont who once owned the whole area, about one of the oldest factories in Bucharest (the Gas and Electricity Plant on Candiano-Popescu), about the reasons why the town hall decided building social houses, about the plane trees (Platanus) on Lănăriei which are already about a hundred years old and many more. At a point, Bogdan (Botofei) sees Frigului street (literally translated as "cold" street, Ed.)

and starts taking pictures – truth be told, the plate with the name of the street fit perfectly with the omnipresent snowbanks (the heavy snowfall from early January still covered Bucharest, Ed.). Then he tells the participants something along these lines "Good morning! We're at a photography workshop and nobody got out their cameras? What are we going to do?". So, one by one, each participant took out his camera and the "clicks" began!

At Citrine's with Aeon Blank

Andreea took us through Carol Park where, besides pictures and stories, we made some physical exercise: we climbed the stairs to the Mausoleum, then we kept on climbing and getting down trying to get the perfect light and composition. At the end, she took us on a steep path that led to Filaret (currently, a bus terminal, Ed.). After we picked up a belated participant, Andreea took us to Suter Palace (by the way, do you know how interesting does snowy Xenofon street look like?), by Lămâitei street, by Slobozia street and we ended up on Sirenelor street, in front of a renovated building where Citrine workshop is based (fashion design). Time flew till there because Andreea's family lived in the area from the beginning of the 20th century, therefore she knew loads of stories – the kind of stories an insider would know. At Citrine, the first image was striking – lots of coloured textiles and sewing machines, but somewhere from behind you could hear a guitar and someone singing. There were three members of the Aeon Blank music band, setting up a small show just for us behind a huge screen. Emil, the vocalist, grew up in the same area as Andreea, so he shared some of his stories as well. With Aeon Blank we practiced band photography, having Bogdan coordinating every click and giving us the task to take a photo good enough for a concert poster. One by one, each participant arranged his own frame, we hit the lights, the smoke machine, played Aeon Blank music as soundtrack and we all shot hundreds of pictures.

Ion, our second tour guide, started his story right at Citrine's. From the window, you could see the only house that survived the demolitions in Uranus area. After the Aeon Blank photo shoot, we went further with our route. As Ion spent his childhood around the area he was guiding us through, he highlighted the recent history of the neighbourhood. There are a lot of well documented materials about the demolitions that took place in the 80s. Ion talked about the hundreds of children in the neighbourhood and about their childhood games. One of their favourite playgrounds were the foundations of unfinished blocks on Uranus street (these were finished in the first part of the 2000s). Then, he showed them the place behind the blocks where he used to play football, leapfrog, basketball and thousands of other games. There were organized real leapfrog championships. There used



LIFESTYLE

to be three fields drawn – a big one for the final and two smaller ones. Ion remembered how a part of the neighbours managed to convince the rest to build some pots because the children were making too much noise playing. The children from the neighbourhood responded by destroying them with a hammer. The neighbours rebuilt them. The kids destroyed them again. The third time, the kids did nothing, they turned the other cheek. There were running a lot of memories about how they used to play in the yard and on the fence of the House of the Parliament (in the yard there were Mirabelle plums, a lot of Mirabelle plums). The 13th of September neighbourhood was one of the places where inline skating was born. For getting paper cone pipes they would climb the hotel, the place where now JW Marriott Bucharest Grand Hotel lays.

JW Marriott, Cucina restaurant and Assamblage

Once we got at JW Marriott, Ion led us inside the Cucina restaurant, which was normally closed for public at that hour and where we were welcomed by Alin Berba, Cucina Chef de Partie. We photo shot a three-course culinary show and only at the end did Chef Alin tell us that he didn't like to be photographed. However, our presence and enthusiasm made him feel very comfortable as our main subject. We left Cucina both having great photos and a great appetite. So the next stop was for lunch, where we ate one of Chef's Alin previously demonstrated courses – ricotta tortellini, crispy prosciutto and black truffles.

Full and enthusiastic, we climbed up to the 8th floor (we took the elevator, of course) where, in one of the apartments, the styling team was waiting. They were just making the final touches on Mădălina's look for the first photo shoot. The underlying concept of the photo shoots was multiculturalism, each of the three outfits reflecting

a nationality. We started with Harajuku style, then we continued with a classic style, a reminiscence of the relaxed French feminine style, and finished with a glam androgynous look that made us think about T-Rex and David Bowie. The participants admired the model's outfits (thank you Molecule F) and took photos for three hours under Bogdan's coordination, who gave them all sorts of tasks, such as "take a photo where you have a reflection" or "find as many triangles in the following shots".

It was already dark outside when we got into the minivan to drive to the next point on our itinerary: Assamblage Contemporary Jewelry School, founded by David Sandu. Alina Petcan was waiting. She told us about jewelries, their manufacturing process and showed us various jewelry manufacturing techniques. While Alina was talking, we were photographing, looking for shades and shadows in the one-lamp lit space – on short, we were trying to get that one good photo required by Bogdan for the Assamblage moment. After saying goodbye to Alina, we were taken over by Iulian from Încotroceni, who walked with us through the lighted streets, full of children playing in the neighbourhood. We listened to stories about the history of the neighbourhood, about the changes some houses went through, about the Cotroceni architectural styles and about the personalities that live or lived in the area.

The end of the Walk & Shoot workshop means feedback. We all gathered at the Merg.În headquarters, looked through our photos and selected the best ones. Bogdan asked us to show him a photo with Bucharest during winter, one with Aeon Blank, one with the culinary show and one from the photo shootings with Mădălina. We each handed in four photos and we all analysed and discussed them until around 23.30 pm. We didn't realise when





CHECK OUT CHEF'S

ALESSANDRO BREDDO

SPRING SPECIALTIES



With Andreea Macri

Andreea Macri se declară fotograf de reportaj și de modă. Noi, cei care o cunoaștem, știm că această descriere este una plină de modestie. Andreea Macri este unul dintre cei mai talentați fotografi ai generației sale și unul care reprezintă, cu succes, România în multe proiecte internaționale. Tot ea este singurul fotograf român publicat de Vogue Paris în ultimele trei sezoane, iar lucrările sale apar cu regularitate în Self Service Magazine, Wallpaper, Interview sau Style.com

1. Ritualul favorit pentru cină?

Ca să fiu sinceră în totalitate, nu am un ritual al cinei, asta deoarece nu gătesc bine sau, mai bine zis, nu gătesc deloc. În schimb, soțul meu o face cu foarte mare talent, iar eu mă ocup de partea organizatorică, mai puțin plăcută, care urmează după ce se termină cina. Dar cel mai mult îmi place să cinez cu el sau cu prietenii în oraș și, mai ales, în străinătate. Din două motive: pentru că sunt foarte curioasă și dornică să experimentez cum gătesc alții și, în al doilea rând, pentru că cina este un prilej foarte bun de socializare. Îmi place să aleg cu atenție restaurantul dintre recomandările persoanelor pe care le admir. Aceste informații le obțin din reviste sau de pe Instagram. Întotdeauna mi-a plăcut să citesc articole cu recomandări. Spun multe despre personajul respectiv și, în același timp, aflu lucruri noi despre persoana pe care o urmăresc. Nu am un ritual aparte, ci doar mă bucur cu adevărat când invit sau sunt invitată în oraș.

2. Decorul și aranjamentul preferat al mesei?

Aici lucrurile diferă în funcție de starea pe care o am în momentul respectiv. Cu cât cina va fi aranjată mai simandicos și mai pretentios, cu atât îmi voi dori să o termin mai repede. Asta, bineînțeles, în cazul în care conversația nu este spumoasă. Îmi plac aranjamentele foarte simple și, întotdeauna, mă va interesa cât de gustoasă este mâncarea, în detrimentul a cât de frumos este aranjată masa. Sunt destul de conservatoare și nu înțeleg întotdeauna de ce pe o masă trebuie să am un aranjament floral atât de maiestuos încât nu pot să-mi

văd partenerul de discuție. Lumânările mă adorm, la fel și lumina difuză. Prefer un restaurant zgomotos, cu multe povești de viață la mesele vecine.

3. Meniul tău preferat?

Am trei restaurante preferate, sunt cu niște meniuri simple, dar impecabil realizate, restaurante în care, chiar dacă poți întâlni celebritățile momentului, nu le vei observa, asta întâmplându-se datorită scenografiei locului, precum și simplității și bunătății mâncării. Este vorba de "Da Giacomo" din Milano, "Chez l'ami Louis" și "Chez George", ambele din Paris. Pește, carne, garnituri simple și deserturi delicioase, ca la bunica :).

4. Cea mai plăcută experiență a unei cine?

Aș putea, desigur, să vă vorbesc despre faimoasele cine Pirelli sau ale altor branduri renumite de la Fashion Week. Cu toate acestea, cea mai importantă amintire este legată nu de o cină în adevăratul sens al cuvântului, ci de un sandwich cu foie gras de la Fauchon, cumpărat într-o după-amiază târzie, pe lângă catedrala Madeleine.

5. Locul preferat?

Asta urăsc cel mai tare...clasamentele. Dacă aș fi obligată, totuși, să aleg un loc special, acesta este restaurantul Joël Robuchon de la Metropole Hotel Monaco. Sunt, însă, atâtea locuri de vizitat și atât de multe lucruri de încercat încât îmi este foarte greu să mă pronunț decisiv. Dar am mai multe indicii: să fie în Italia sau Franța, să aibă o lumină caldă perfectă, un meniu cât mai scurt și o listă de vinuri impresionantă. Iar cea mai importantă este compania în care te găsești. Doar atunci, mâncarea va avea, cu siguranță, alt gust.

6. Outfit-ul perfect pentru o cină romantică în oraș?

Fără telefon.

7. Muzica perfectă pentru cină?

Nu îmi plac localurile cu coloană sonoră. Iubesc restaurantele pline, vesele și gălăgioase.



Andreea Macri

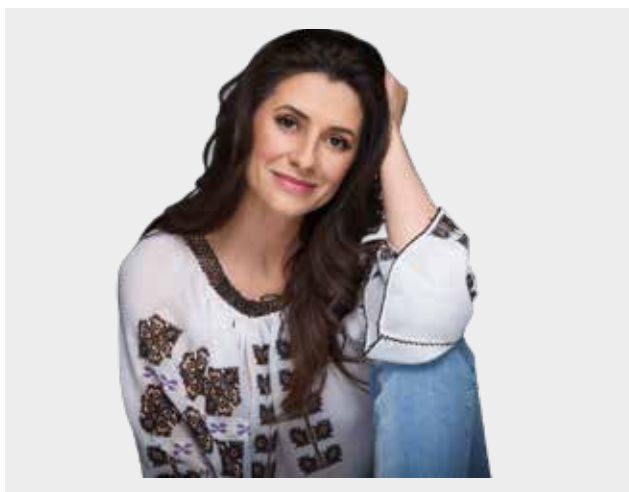
IULIANA TUDOR

Realizator și prezentator TV

● ● ● e dimineată. Anul 2000. Eu, proaspăt redactor în TVR. Pornesc spre întâlnirea cu Irina Loghin. Aveam de pregătit o emisiune împreună. Ne întâlnim pentru prima dată. M-a rugat să ne vedem acasă la dânsa. E foarte matinală și punctuală. Era la ușă, mă aștepta. Aranjată, elegantă, zâmbind... așa cum o știm cu toții. Intru. Mă conduce într-o încăpere luminoasă și îmi spune că acolo are toate costumele de scenă, adunate de-a lungul anilor. Mă întreabă dacă vreau să le văd. Mă găseam în “sanctuarul” uneia dintre cele mai iubite artiste de la noi... voiam să văd, să știu orice. O simt deschisă și încep să întreb. Îmi răspunde la orice cu generozitate și firesc. Știa că sunt din Prahova, ca și dânsa. Mă complimentează: “frumoase, deștepte și talentate prahovencele, nu?” (râdem cu poftă). Îmi oferă un ceai și începe să-mi împărtășească multe dintre secretele sale de întreținere ale sănătății și frumuseții. De la dânsa am învățat, în ziua aceea, cum să-mi întrein tonusul pielii din zona gâtului, cu ce să mă demachiez, câteva reguli de alimentație (este vegetariană) și multe, multe altele. Pe scurt, cred că m-a plăcut din prima clipă și mi-a permis accesul în spațiul său personal. Am petrecut două ore frumoase împreună și știam că va fi o emisiune reușită pentru că o simțeam în largul său



cu mine și asta contează cel mai mult în meseria noastră. La plecare, trecem printr-un hol și mă trage de mână, ca să mă opresc. Deschide o ușă care dezvăluie multe rafturi pline cu obiecte și țesături tradiționale. Începe să caute... o aud întrebându-se: “off... pe unde oi fi pus-o? Aici ar trebui să fie... Știu sigur că e aici, pe undeva. Da, am găsit-o, uite... vreau să ai IA aceasta de la mine. Am purtat-o chiar la începuturile mele și vreau s-o ai tu, să îți poarte noroc”. Am încremenit. Primeam în dar o ie a Irinei Loghin...mi s-au umezit ochii. Cu glasul pierit, am mulțumit. Am strâns-o în brațe și, într-o tăcere deplină, ne-am despărțit, privindu-ne complice, cu o bucurie pe care o simțeam amândouă. Știa și simțea exact cât de mult contaseră pentru mine întâlnirea din acea dimineată și atenția pe care mi-o acordase. Am plecat cu IA la piept și am simțit că mă va însoți în tot ce aveam de construit. Așa s-a și întâmplat!
O port și astăzi cu aceeași bucurie!!!



ALEXANDRA CALAFETEANU

Creator de modă

Alexandra Calafeteanu este unul dintre acei designeri din noul val care știe ce înseamnă echilibrul, îl prețuiește și îl aplică în tot ceea ce face. Creația vestimentară nu este întotdeauna o poveste despre ieșirea din tipare, ci despre a găsi acea cale care te indentifică și care te definește, în contrast cu lumea înconjurătoare. Ținutele ei vorbesc despre eleganță, completată întotdeauna de confort și senzualitate.

Alexandra petrece zilnic ore întregi în atelierul său din centrul Bucureștiului. Se simte bine în universul ei, creat în jurul tiparelor, texturilor, dar și al mașinilor de cusut și al oamenilor care ajung să o cunoască în acest loc construit parcă în jurul ei. Încă de la intrare, privirile tuturor sunt îndreptate spre un obiect care se aseamănă cu un jurnal al locului. "Oglinda este obiectul cel mai drag mie din atelier. Mă definește și mă inspiră, în același timp.

Fiecare persoană care îmi trece pragul stă momente bune și se uită la fotografiile printate și, deseori, aud exclamații de uimire despre oamenii pe care îi regăsesc în imagini." Își începe povestea Alexandra Calafeteanu.

"Este viața mea imprimată pe hârtie, exact cum am trăit-o eu, cu sentimente puternice și momente covârșitoare. De fiecare dată când cunosc oameni noi, mai fac o poză și o adaug colecției. Ideea cu rama realizată din fotografii mi-a venit atunci când îmi căutam un model pentru oglindă, însă nu m-am simțit atrasă de nici o variantă de pe piață. În momentul acela, m-am hotărât să strâng fotografii într-un folder și apoi le-am printat alb-negru. Fiecare are o poveste unică în spate, nu sunt întâmplător alese. Această oglindă este, într-un fel, o reflexie a vieții mele, un tablou cu cele mai importante scene care mi-au marcat existența."

Pentru Alexandra, designul vestimentar a venit ca o continuare firească a unei pasiuni mai vechi, și anume pictura. Încă din copilărie, ea a fost fascinată de desen și de artă, în general, iar această pasiune s-a conturat odată cu studiile pe care le-a făcut în domeniu chiar din școala generală, urmând, apoi, liceul de Arte Plastice din Târgoviște. Ulterior, a absolvit Universitatea Națională de Arte, București, secția Design Vestimentar, continuând apoi cu un master în Design Vestimentar și Pedagogia Artei. Astfel, joaca copilăriei s-a transformat în meserie, iar timpul dedicat pasiunii este acum același cu timpul de lucru.



Foto: Tiberiu Arsene
Make-up: Denisa Ungureanu
Hair styling: Alina Dobranici

SORE MIHALACHE

Artist

Artista Sore Mihalache este fericita mamă a unei fete care îi seamănă leit. Nașterea copilului i-a schimbat total viața, așa că lucrurile ei preferate au, astăzi, legătură cu cea căreia i-a dat viață.

“Erin, fata mea, s-a născut pe 25 martie, acum un an. Îmi amintesc perfect cum s-a desfășurat ziua, la cât m-am trezit și cum, pentru 48 de ore, nu am mai reușit să adorm de emoții. Îmi aduc aminte tot, parcă s-a întâmplat ieri. De aceea, nu am să uit cum, în primele secunde de viață, am insistat să i se pună lui Erin pe încheietură o brățară din șnur roșu, de la nașa ei, ca să “fiu sigură că nu-mi încurcă nimeni copilul, ca în filme”. Desigur, pot da vina pe hormoni, însă așa explozie de sentimente nu mai simțisem până atunci. Iubire nemărginită, posesivitate crescută la maxim și panică! Foarte multă panică... să nu îmi dispară copilul, bineînțeles, și să fie totul bine, în fiecare secundă a vieții ei. Ei bine, toate amintirile de mai sus subliniază alegerea mea pentru “obiectul meu preferat”. Este cel mai simplu, dar, totodată, de neprețuit obiect, cu o însemnătate extrem de specială. Un șnur roșu, cu numele Erin imprimat, primit de la Roxana, prietena mea cea mai bună și nașa lui Erin. Un șnur cu o poveste pe care nu o voi uita toată viața.





EXCLUSIVELY
in ELYSEE

39 victoriei avenue / the grand avenue(jw marriott)
elysee.eu.com

RAYMOND WEIL CELEBRATES THE GENIUS OF DAVID BOWIE

LIMITED EDITION FREELANCER “DAVID
BOWIE”, AN EVERLASTING LEGEND



THE ICON OF BRITISH ROCK, THE POP LEGEND HONORED BY RAYMOND WEIL

In collaboration with the David Bowie Estate, RAYMOND WEIL pays homage to legendary musician – David Bowie. The Limited Edition freelancer “David Bowie”, is a tribute to the life and musical career of one of the most influential artists of all time. Created to celebrate what would have been Bowie’s 70th birthday, this timepiece is dedicated to a few of the many personas created by David Bowie, an artist with unparalleled creativity, a singular visionary, a man of a thousand faces and voices. Bowie’s boundless talent and fearless innovation shone through his final masterpiece, ★, released last year to some of the best critical notices of his distinguished career and winning five Grammy Awards and two Brit Awards in 2017.

BRAND

To celebrate the immortal David Bowie, RAYMOND WEIL has chosen its most free-spirited model – freelancer. Its 42 mm diameter case contains a dial resembling a vinyl record clearly featuring some of the most emblematic design cues of the British artist.

Amongst the key design features, the lightning bolt painted across his face that first appeared on the cover of the Aladdin Sane album in 1973. The instantly distinctive mark universally recognized, the stylized lightning bolt is featured in red at 12 o'clock. The pop art logo designed by Andy Warhol especially for David Bowie and revealed on the cover of the album Diamond Dogs in 1974 makes its mark on the dial of the David Bowie Limited Edition.

Produced in a 3,000-piece limited, numbered series, the freelancer “David Bowie” beats to the tempo of a mechanical self-winding movement that appears beneath a portrait of David Bowie, immortalized in 1974 by famous photographer of legends, Terry O’Neill. A photograph printed on the sapphire of the watch’s case-back, from which this artist in his own league challenges the world with his atypical, magnetic gaze.

“He was an artist in a league of his own, a visionary, multi-faceted icon whose work is testimony to an exceptional career as a musician and a creative. His metamorphoses both in terms of style and music studded his career, catapulting both himself and his characters to legendary status. He embodies the free spirit that has guided RAYMOND WEIL day after day since it was created” declared Elie Bernheim, CEO RAYMOND WEIL

“I’ve always felt that there was a real synergy behind great timepieces and photography. The precision of keeping time is akin to a photographer needing to know the exact moment to capture an iconic image. As a watch collector myself, this RAYMOND WEIL collaboration is a wonderful project to be affiliated with. Their watches are a thing of beauty. I’m thrilled they’ve selected to pay tribute to David Bowie in such a way and I’m honored to be a part of it.” Terry O’Neill

RAYMOND WEIL

RAYMOND WEIL is the name of a Swiss watchmaking Maison and that of a family which has for almost half a century been embedding its values at the very heart of its watches.

Belonging to the privileged circle of independent family businesses, RAYMOND WEIL creates elegant, refined watches for women and men. Founded in 1976, it is now headed by Elie Bernheim, grandson of the founder who gave his name to the company. Across three generations, the Geneva-based firm has been developing and establishing its status as a leading light in the Swiss watch industry.

Music and art are to RAYMOND WEIL what thought is to humankind: an inexhaustible source of inspiration and creativity. This enduring family-driven vision not only forges the strength of RAYMOND WEIL, but also shapes its distinctive character. Music and art stimulate the Brand’s creativity and inspire international partnerships with iconic artists, music brands, concert halls, art foundations, and prestigious award ceremonies.

Building on more than 40 years of experience, the Swiss watchmaking Maison brings to the forefront the watchmaking skills and expertise acquired in Switzerland over the centuries. Precision, quality, reliability, nobility and high-tech materials are the demanding standards of a philosophy that earns the much-coveted ‘Swiss made’ label.





PHILIPP PLEIN'S
FIRST RESORT SHOW:
LA JUNGLE DU ROI



Eva Longoria



PHILIPP PLEIN

On a warm May evening, in the hills above the bustling bay of Cannes, Philipp Plein unveils his first Resort show. As 250 personally-selected guests take their seats among the palm and banana trees in the garden at La Jungle Du Roi – Plein's palatial Côte d'Azur home – the stage is set for a night to remember.



Jeremy Meeks

Inspired by the nature and light of these spectacular surroundings, the collection is full of floral patterns and sparkling embellishment. A romantic and fresh spirit breezes through the women's offering with flower patterned 50s style gowns and honeycombed netball skirts; elsewhere, a black floor-length lace dress with applied red roses injects a moment of Flamenco-like passion.

But street couture and attitude is always at the pounding heart of the Plein woman. So, she wears these glamorous pieces with sweatshirts, fur-trimmed hoodie bombers and studded leather biker jackets – a combination merging fierceness and femininity. She stomps by in vixen thigh-high snakeskin boots, with slogans like "He offered her the world... She said she had her own!" emblazoned across heavily decorated vintage military jackets. Richly adorned jean flares, jackets and matching handbag with snakeskin detailing elevates everyday realness to a new ultra-luxe level.

Denim also dominates the men's section. Frayed, ripped, studded, patchworked, painted and embroidered, skinny jeans and jackets are their 24-hour uniform – always cool, always easy and always worn with white high-top sneakers. This effortless, relaxed feel is there too in wool sweaters and jersey tracksuit pants, all decorated with snakeskin details, skull prints and 'PP' insignia. But don't be fooled: there is a serious punk attitude coursing through their veins as they swagger by in black and red bombers and white croc biker jackets. Tough and determined: this is the DNA of the Plein man.

The Resort 2018 show also introduces elements from a new capsule collection produced in collaboration with famed graffiti artist Alec Monopoly.

Featuring sweatshirts, jackets and tracksuits covered in his trademark top-hatted character and dollar bill signs, alongside personalized one-of-a-kind pieces handpainted specially for this Cannes moment, the Alec X Plein collection showcases artwork you can wear.

Among the cast of new models, some famous faces and personal friends of Plein return to the runway for this special Cannes celebration, including Paris Hilton, Sofia Richie and Jeremy Meeks. Plus: there is a star turn by the iconic boxing champion Floyd 'Money' Mayweather.

Opening up his private home for this unique occasion, the Resort 2018 is not only Philipp Plein's most personal and intimate collection to date, it also marks a new milestone in the evolution of his global brand.



PHILIPP PLEIN: “A JUNGLE HAS MANY SIDES: IT CAN BE ROMANTIC, IT CAN BE MYSTERIOUS AND, SOMETIMES, EVEN DANGEROUS”



Philipp Plein & Floyd Mayweather Jr.

“Opening up my home to people is a new experience. It’s very personal because when you meet someone for the first time, you don’t really get to know much about them but when you go to someone’s home... that’s when you find out everything.

La Jungle Du Roi is where I come to escape. It’s where I come when I need to breath and I’m trying to relax. It has a very positive atmosphere here and it gives me lots of energy. It’s my happy place.

My design team and I all worked and slept at the house for over a month while we put together this collection. So it is very influenced by the garden, the flowers, the colors and the light. When I bought the place in 2012, the garden was completely overgrown, just like a jungle – hence

it’s name. And a jungle has many sides: it can be romantic, it can be mysterious and, sometimes, even dangerous. I like all those contrasts.

This is my first Resort collection show and what I like most is that it’s outside of the fashion calendar. It’s away from all the stress and business of the fashion schedule. My home is an oasis of calm and I didn’t feel any pressure creating this collection. I only felt joy.

The show is early evening so we’re just using natural daylight, no artificial light. And we’re not building a set; all we’re doing is adding chairs and a runway carpet – that’s it. It’s very authentic, like a summer garden party.

So, what guests are experiencing here is the real world of Philipp Plein. It’s pure Pleinland.”



Stamina



Squat, lunge, push, or pedal -
there's something for everyone
that wants to gain strength, lose
weight or just feel better.

Only at

GYM
by

WorldClass®
at the Grand

oana.dumitrescu@worldclass.ro | +40 734 302 230



VERSACE



BOGNER

Luigi Bianchi Mantova

FLOU CLO

ETINCELLE

SPORTALM
KITZBÜHEL

Avant Première

The Grand Avenue, Calea 13 Septembrie nr 90,
Tel.:0728275133



P
a
m
p
e
r



Let your senses be pampered and
turn to the echoes of serenity,
while enjoying our body wonders
therapies.

Only at

SPA

by

WorldClass[®]
at the Grand

oana.dumitrescu@worldclass.ro | +40 734 302 230

THE GRAND OFFICES

***Class A Office Spaces
specially made for your
Business***

right here in the complex



**oana.mocanu@grandhotel.ro
www.grandhotel.ro**