

OXYO

SHOWROOM

INVIERNO · 3€

HAPPY
NEW
LOOK

Brillos,
fleclos y
lentejuelas:
la moda
reinterpreta el
deseo de fiesta
y hedonismo





VALENTIA

BY

VALENTÍN HERRAIZ



COSTURA ARTESANA PRÊT À PORTER DE AUTOR PRÊT À PORTER PERSONALIZADO

C/Reina Dña Germana, 24 46005 Valencia Spain 96 312 61 11 622 291 721

valentia@valentiachic.com



Valentiabyvaletinherraiz



Valentia



MÁS QUE NUNCA

JUEVES 9 DICIEMBRE 2021

COMERCIO



ESTAMOS CONTIGO

DESDE LAS 10:00 HASTA LAS 00:00 HRS

SHOPENING NIGHT & DAY

EL DÍA DE COMPRAS MÁS COMPLETO PARA LOS REGALOS DE NAVIDAD



MÁS QUE NUNCA ✨

JUEVES 9 DICIEMBRE 2021

COMERCIO



ESTAMOS CONTIGO

DESDE LAS 10:00 HASTA LAS 00:00 HRS

SHOPENING NIGHT & DAY

EL DÍA DE COMPRAS MÁS COMPLETO PARA LOS REGALOS DE NAVIDAD

SIGUE TODA ✨

LA INFORMACION

COMERCIOS



PARTICIPANTES

OFERTAS Y PROMOCIONES EN

WWW.SHOPENINGNIGHT.ES

C/ CIRILO AMORÓS

BLACK SWAN LONDON
MAS MIA
DEUS EX MACHINA STORE VLC

C/ CISCAR

TANTRA VIBES

C/ COLÓN

PULL&BEAR
ZARA
NYX PROFESSIONAL MAKE UP
CAMPER
PERFUMERIA PRIETO
INTIMISSIMI (COLON, 17)
CALZEDONIA (COLON, 17)
STRADIVARIUS
TEZENIS
CORTEFIEL
FRESHLY COSMETICS
MASSIMO DUTTI
ZARA HOME
PANDORA
PACO PERFUMERIAS

C/ CONDE SALVATIERRA

NORTH SAILS
LIFE CONCEPT
EL MUNDO AL REVES
SALVATORE PLATA
VICTORIA CRUZ
THE NORTH FACE
EDMOND STUDIOS
EDIT 32
SINGULARU
VALENTINA

C/ FÉLIX PIZCUETA

URBAN CHIC

C/ GRABADOR ESTEVE

SKIN SHOP
CENTRO WELLNESS
DR. GABRIEL SERRANO

GRAN VÍA GERMANIAS

AMANTIS

GRAN VIA MARQUÉS DEL TURIA

IN BOCCA AL LUPO
SÁNCHEZ PLÁ

C/ HERNÁN CORTÉS

SINGULARU
PANGEA
BLACKCAPE
WOLF
SIETE JEWELS
ALBEROLA LENCERIA

C/ ISABEL LA CATÓLICA

SUITE & BEIGE
DOMANI
POPPYNS

JORGE JUAN

COS
YACARE
EL GANSO
ESEOESE
MERCADO DE COLÓN
PERFUMERIAS LAGUNA
SYSTEM ACTION
JAVIER SIMORRA
POMPEII VALENCIA

C/ JUAN DE AUSTRIA

PERFUMERIA PRIETO
TEZENIS
ZAPA
AUSTRIA 36

C/ FÉLIX PIZCUETA

URBAN CHIC

MARTÍNEZ FERRANDO

ELVA
CARHARTT WIP STORE VALENCIA

C/ PASCUAL Y GENÍS

PULL&BEAR
SPAGNOLO

PASEO DE RUZAFÁ

DRUNI

PLAZA DE LOS PINAZO, 4

INTIMISSIMI (PINAZO, 4)
CALZEDONIA (PINAZO, 5)

C/ SORNI

SUPERDRY STORE
PACO PERFUMERIAS

C/ XÁTIVA

TEZENIS

C/ RIBERA

TIENDA MOVISTAR

MERCADO DE COLÓN

BOCADOS CAFÉ
CARNES VAREA / VAREA BURGUER
CASA DE L'ORXATA
CHARCUTERIAS MANGLANO
DOWN MONKEY PUB
FRICKING
FRUTA Y VERDURAS FINA
HABITUAL BY RICARD CAMARENA
ORXATA DANIEL
LA MIE DOREE
LAS CERVEZAS DEL MERCADO
MA KHIN CAFÉ
MARTIN & MARI PESCADERÍA
MI CUB
MOMIJI
PANTALAN 5
SUC DE LLUNA
VINO Y FLORES

LISTA PROVISIONAL DE COMERCIOS PARTICIPANTES A FECHA 29/11 ENCUENTRA LA ACTUALIZACIÓN EN WWW.SHOPENINGNIGHT.ES

SUMARIO



invierno

BAZAR

12 Balmoral

14 Cozy

16 Minimal city

MODA

22 BAGS: Inside out

32 La urgencia de apostar por la sostenibilidad

34 Sentirse a gusto en tu propia piel

DISEÑO

42 La ilusión de emprender de nuevo

BELLEZA

74 Perfumes de género fluido

80 TOP 5 productos

WEDDING

104 3 Maneras de decir sí, quiero

GASTRO

110 Dónde degustar cada una de las comidas

115 GUÍA VIP

EN PORTADA

Gargantilla en plata con circonitas talla lágrima y brillante SALVATORE PLATA (194€); jersey con hilo metálico de SYSTEM ACTION; guantes de tul y aplicaciones de BETTO GARCÍA; vestido 'Sebastien' de BRUNA (145€).

Fotografía: PALM STUDIO

Estilismo: BIANCA FUENTES

Maquillaje y peluquería: NACHO SANZ

Modelo: JOLINA PEPPINA (BLOW MODELS)

Retoque: SARA IVARS



EQUIPO

DIRECTOR GENERAL:

Miguel de Vicente

DIRECTOR EJECUTIVO:

Manuel Navarro

EDITA:

SOUL COMUNICACIÓN S.L.

DIRECTORA

Juana Camps

DISEÑO Y MAQUETACIÓN:

Red On Studio / Begoña Sanjuán

FOTOGRAFÍA:

Lazarina Kanorova, Fernando Ruiz, Sonia Sabnani,
Palm Studio, María Selva

MODA:

Bianca Fuentes, Carla Lledó, Maya Vega

REDACCIÓN:

Miriam Anaya, Sandra Bódalo, Elena Fernández,
Carla Lledó, Gema Sancho, Alba Fortea

PUBLICIDAD Y ADMINISTRACIÓN:

Av. Gran Vía Marqués del Túria, 49, 6º-pta 4 / Tel. 963 81 50 68
info@oxxowedding.es

בידשמו

Depósito legal: V 1110 - 2007 ISSN 1887-9551.

Queda totalmente prohibida su reproducción total o parcial de fotografías, ilustraciones y textos publicados, sin la autorización escrita del editor. Soul Comunicación no responde de los cambios efectuados a última hora dentro de cualquier programación, así como de los errores ajenos a nuestra voluntad. Soul Comunicación no se hace responsable de las opiniones de sus colaboradores, así como del contenido de los anuncios publicitarios u otros.

El cumplimiento del artículo 5 lopl, la empresa Soul Comunicación S.L., con domicilio en G.V. Marqués del Túria, 49, 6º- pta 4 · Valencia, le informa que los datos personales que aparecen en esta publicación han sido obtenidos del mismo titular. Están incorporadas a un fichero automatizado de registro en la agencia española de protección de datos del que es titular esta empresa con el fin de gestión comercial y publicidad, no cediéndose dichos datos personales a ningún tipo de organismo, ni público ni privado. Ante la dirección referenciada, podrán ejercitarse los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición previstos en la mencionada ley. Soul Comunicación S.L.



SIE7E
JEWELS GALLERY
❖

C/ HERNÁN CORTÉS, 28 - VALENCIA
www.sietegallery.com



La felicidad de lo inútil

“ No es la parte más erótica del cuerpo esa donde se abre una prenda?”, postuló el teórico francés Roland Barthes. Y así lo interpreta la moda que esta temporada se rinde a las faldas cortas, las telas transparentes y los conjuntos *sexy*s tan ceñidos que parecen una segunda piel.

En la era postpandémica los analistas auguran una explosión de vitalidad y sensualidad, en respuesta al período gris que dejamos atrás. Un paralelismo con los llamados *Roaring Twenties* (Rugientes años 20) en los que, tras la crisis de 1918 por la mal llamada ‘gripe española’, de características similares al coronavirus, y el desastre de la Primera Guerra Mundial la respuesta más inmediata fue olvidar las restricciones, dejar de lado los problemas y salir a divertirse a toda costa. Como hicieron los ‘hermosos y malditos’ que narró Francis Scott Fitzgerald.

¿Y qué hay más sensual que la fantasía en movimiento de unos flecos? En nuestro editorial la modelo Jolina Peppina se contonea con ellos, con la finura en el hilo como los mantones de Manila.



BRANDON MAXWELL



SAINT LAURENT



ELISABETTA FRANCHI

Igual que en los locos años 20 los flecos hacían furor en los vestidos de la damas, al ritmo del charleston. Una época marcada por el hedonismo, las fiestas y el lujo que *El gran Gatsby* supo representar en su máximo esplendor. Una moda que liberó a las mujeres definitivamente de los corsés y las hizo más libres.

Hemos olvidado la necesidad de lo intrascendente, la felicidad ligera de lo aparentemente inútil. Quizá sea el momento de rendirse, de celebrar lo aparentemente fatuo y de recordar que, en realidad, solo hay una fiesta. ¿Sabes cuál es, verdad? ●

Juana Camps



RODARTE



C H I E M I H A R A

www.chiemihara.com

EXPLOSIÓN DE FIESTA Y DESENFRENO:

¿ es hora de la gran evasión ?

El deseo de brillo y ostentación forma parte de la necesidad pospandémica de optimismo y alegría que se observa en la moda.

Por Juana Camps

Tras una gran crisis, viene una gran fiesta. A toda acción le sigue una reacción. "Time to get drunk!". Atacar naves en llamas más allá de Orión. Y es que después de un período de confort, llega otro en el que lo festivo, elegante y un poco teatral es la tónica predominante. Arder, según la RAE, experimentar una pasión o un sentimiento muy intensos; venirse arriba, en términos más coloquiales, pero quizás más acertados.

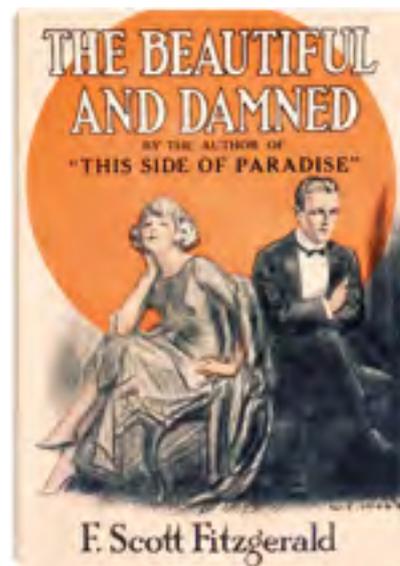
Esto ha sido así desde que la humanidad existe. Tras la lenta recuperación sanitaria tras la pandemia de coronavirus, comienza la reconstrucción económica y social. Los psicólogos avanzan una avalancha de enfermedades psicológicas, desde la depresión a la ya diagnosticada 'fatiga pandémica'. Ante este panorama, la respuesta más inmediata es olvidar las restricciones y los problemas, salir a divertirse a toda costa, como hicieron hace un siglo los 'hermosos y malditos' que narró **Francis Scott Fitzgerald**.

La sociedad de hace un siglo vivía dominada por el trauma de la injustamente denominada 'gripe española' que se propagó por todo el mundo llevándose consigo a millones de personas, en una pandemia que se extendió entre 1918 y 1920. El desgaste de una guerra interminable marcó las dificultades de la década de 1920 que vino determinada por un mundo cada vez más fragmentado y acelerado; como el pintor Fernand Léger describió en 1924: "Nunca hubo una época tan ávida de espectáculo como la nuestra".

Tras la recuperación sanitaria la respuesta más inmediata es salir a divertirse a toda costa, como hicieron hace un siglo los 'hermosos y malditos' que narró Francis Scott Fitzgerald.

A la vez que se vivían cambios traumáticos que incluían la violencia cotidiana en las calles, los cabarets y salones clandestinos hervían con los bailes desinhibidos y la música jazz, que los soldados norteamericanos trajeron a Europa. La liberación física se representa a través de una nueva forma de bailar, sin tabúes. Surgen figuras como **Suzanne Perrottet** y **Rudolf von Laban**, que fueron precursores de la danza expresionista en Alemania, o **Gret Palucca**. La quintaesencia de los "locos años veinte" la constituyen los bailes nocturnos y cargados de sensualidad de los garitos de Montmartre y Montparnasse en París, o de Moka Efti en Berlín. >

Primera edición restaurada de la portada del libro *Hermosos y Malditos* de F. Scott Fitzgerald (1922)



< La bailarina **Josephine Baker**, con sus sensuales números, se convierte en la primera estrella de color en el mundo del espectáculo (su influencia fue tal que las parisinas se aplicaban cremas de nueces para oscurecer su piel). **Georgia O'Keeffe** escandaliza a la sociedad norteamericana con sus fotos de desnudos tomadas por su pareja, **Alfred Stieglitz**, que había fotografiado La Fuente, de **Duchamp**, un simple inodoro que revolucionaría el concepto de arte moderno.



Retrato de Josephine Baker en 1927

Esta transformación puede encontrarse claramente en las modas de la época. Entre los hombres, la barba dio paso al afeitado y al cabello engominado, el bombín sustituyó al sombrero de copa, mientras que el traje más informal y la elegante corbata remplazaron a la rígida levita. En cuanto a la mujer, el pelo corto hacía furor, junto con los vestidos a la rodilla y sin cintura, o el cigarrillo ocasional que fumaban en elegantes poses. Por toda Europa, las novelas y la investigación desafiaban las costumbres sexuales convencionales y rompían los tabúes que rodeaban a ciertas “perversiones”.

En París en 1922 se publicó el best-seller de **Victor Margueritte** La Garçonne (La garzona), con ilustraciones de **Kees van Dongen** en 1925, mientras al mismo tiempo en Berlín se publicaba Wege der Liebe (Los caminos del amor) de **Alexandra Kollontai**. Para esta autora, la pasión y el amor definen algunas fases más específicas que continuadas de la vida de la “mujer moderna y trabajadora”, y por supuesto, una mujer podía ser madre sin necesidad de estar casada.

Le Corbusier, Walter Gropius y Gerrit T. Rietveld proclamaron nada menos que una arquitectura socialmente responsable que representara el espíritu de la época y que plasmaron en sillas de diseño icónico.



La mítica silla Roja y Azul de Gerrit T. Rietveld



GUCCI



FENDI



CHANEL

¿VUELVEN LOS LOCOS AÑOS 20?

Los analistas de tendencias auguran que nos hallamos en la frontera de unos locos años 20 de este extraño siglo XXI y que vendrá una explosión de hedonismo, desenfreno y ganas de vivir. Luz después de la oscuridad.

La moda está cambiando sus reglas y fomentando el uso de blusas de lúrex, vestidos brillantes y accesorios relucientes en el día a día. El deseo de brillo y ostentación forma parte de la necesidad pospandémica de optimismo y alegría que se observa en las campañas. Se trata de **DISFRUTAR** al vestirse, de disfrutar con la ropa, los zapatos, los bolsos. Disfrutar: un verbo denostado, poco intelectual y frívolo dentro de las nuevas narrativas. Disfrutar de la moda y de los mensajes que se pueden transmitir con ella.

La tendencia se expresa a través de piezas metálicas (Salvatore Ferragamo, Sportmax, Jil Sander), blusas con delicadas lentejuelas, pero también a través de flecos que añaden movimiento y una dimensión lúdica a cualquier look (Alexandre Vauthier, Salvatore Ferragamo, Coperni, Etro). También es interesante observar que, en los desfiles de la temporada de invierno, más de un 69% de los *looks* eran de fiesta en comparación con la temporada primavera/verano 2021. El glamour de la colección de Prada, por ejemplo, combinaba vestidos de lentejuelas con chales que resultaban elegantes y reconfortantes.

Está por ver si la eclosión artística será tan divertida como en los “locos años veinte” o tendremos que contentarnos con un formato de ‘corta y pega’ ●

Los analistas auguran que nos hallamos en la frontera de unos locos años 20 de este extraño siglo XXI y que vendrá una explosión de hedonismo, desenfreno y ganas de vivir



FENDI



De izquierda a derecha: Conjunto de lencería de ERES; vestido de pedrería de ELISABETTA FRANCHI (879€); bolso 'Viva Bow' de SALVATORE FERRAGAMO (850€); vestido plisado con acabado metálico de MISSONI.

amelia
delhom



*"En tu hogar vives muchas cosas. Diseñalo
en función de tus necesidades con nuestro
asesoramiento integral personalizado"*

INTERIORISMO | LIFESTYLE | RESTILING | DECORACIÓN | REFORMAS

Roger de Lauria, 3 | T. 96 369 13 00 | ameliadelhom.com



MAX MARA



BALMORAL

- 1. CLAUDIE PIERLOT Chaqueta con manga desmontable (39,5€)
- 2. ESE O ESE Chaleco acolchado 'Cornelia' (65,90€)
- 3. SPAGNOLO Blazer de sarga (104,95€)
- 4. SIMORRA Camisa romántica (138€)
- 5. ESE O ESE Fedora de fabricación nacional (59,90€)
- 6. FERRAGAMO Pañuelo de seda
- 7. ESE O ESE Bermuda de pana 'Arthur' (49,90€)
- 8. YACARÉ Mocasin retro en ante
- 9. EDIT 32 Pantalón de pinzas con estampado de cuadros
- 10. FENDI Botellero
- 11. TONI PONS Botín de agua 'Colton' (65€)



CHRISTIAN DIOR



CASMARA

BeautyPlan Premium

RGnerin



ESTRATEGIA **x4**
ANTIARRUGAS

RELLENA · REGENERA · ALISA · INHIBE

con efecto *Bótox*



www.casmara.com | customersupport@casmara.es |  

CASMARA COSMETICS, S.A. | C/ CIUTAT DE LLURIA n° 29 y 31 - 46980 - PATERNA (VALENCIA) SPAIN - TEL. (+34) 961 501 999



TORY BURCH



1



2



10



9



7



8



LES COPAINS



5



6



3

4

COZY

1. BSB Chaqueta acolchada (162€) 2. AC BY ALBA CONDE Vestido de punto (168€) 3. SALVATORE PLATA Pendientes 'Minijewels' de plata bañada en oro con circonitas (45€) 4. SALVATORE PLATA Collar 'Minijewels' de plata de ley bañada en oro y circonitas baguette y chatón (59€) 5. CLAUDIE PIERLOT Mono de punto (365€) 6. MÁS MÍA Jersey oversize (39,90€) 7. MÁS MÍA Bolso acolchado (35,90€) 8. PATAGONIA Bufanda de materiales reciclados (90€) 9. MÁS MÍA Chaleco largo (41,90€) 10. AC BY ALBA CONDE Pantalón de micropana (115€)



BLACKCAPE

Style for the Next Generation

NUEVO ESPACIO HERNÁN CORTÉS 14 · VALENCIA



MINIMAL CITY

1. EDIT 32 Sudadera retro 2. LOLITAS&L Vestido de punto 3. SALVATORE PLATA Pulsera 'Life in Gold' de plata de ley bañada en oro (225€) 4. CORTANA Poncho de lana (495€) 5. SIMORRA Bolso trenzado 'Eilin' (198€) 6. FRAILE disponible en www.es-fascinante.com Camisa con cuello mao (150€) 7. RINASCIMENTO Bermuda con pinza (68€) 8. YACARÉ Botín *chelsea* 9. UPCYCLICK disponible en www.theplatform.es Gafas *vintage* de Christian Dior (215€) 10. SALVATORE PLATA Anillo 'Life in Gold' de plata de ley bañada en oro con acabado pulido (150€) 11. GAUDÍ FASHION Pantalón con cierre de hebilla



SANDARA

LIFE IS SPARKLING

nuevo envase de aluminio

250 ml



[#sandarauniverse](#)

1



2



3



5



4



MAX MARA

6



MUCHO ARTE

1. UNSARAO Bolso 'Cova' 2. VICTORIA CRUZ Collar personalizable (6,4€) 3. SPAGNOLO Vestido camisero largo (49,95€) 4. SOMOS VÉRTICES Pendientes 'Amanecer Nepente' en impresión 3D (35€) 5. SYSTEM ACTION Jersey de jacquard (59,95€) 6. SYSTEM ACTION Falda 'Sophie' (56,95€) 7. YACARÉ Botín estilo militar 8. MÁS MIA Zapatilla multicolor (35,90€) 9. ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE disponible en www.vajillacontraelhambre.org Vajilla solidaria diseñada por Beatriz Ramo

7



8



9



PHILOSOPHY DI LORENZO SERAFINI



PROGETTI

materiales con vida . dejáte emocionan

VISITA NUESTRO SHOWROOM



SHOWROOM | CALLE UNIVERSIDAD, 1- 4 | 46003 | VALENCIA | T.963 202 333 | www.progetti.es



1



2



ETRO



LONGCHAMP



4



3



5



6

NÓMADA Y ERRANTE

- 1. SPAGNOLO Cazadora de cuero (119,95€)
- 2. SALVATORE PLATA Collar 'Organic' de plata de ley bañada en oro y rutenio, turmalina hidrotermal, rubí natural reconstruido y cadena con piedras luna (140€)
- 3. ETRO Chaleco de jacquard (530€)
- 4. ACANTHA JOYAS Pendientes 'Aila' (80€)
- 5. AMLUL Falda 'Marroia' (180€)
- 6. OLGA PRIETO Anillo con Onix (125€)
- 7. MÁS MÍA Camisola larga (42,90€)
- 8. YACARÉ Bota campera alta
- 9. SPAGNOLO Cinturón con detalles dorados (23,95€)
- 10. ESE O ESE Bolso 'Daily' (95,90€)



7



10



9



8

Menús especiales los días: 25, 26 y 31 de diciembre. 1, 2 y 6 de enero

Quizá estemos ante la **Navidad**
más sentida y esperada.
Quizá tengamos las mejores
vistas e ingredientes para
disfrutarla.

Haz tu reserva a través de
nuestra web o Instagram

Feliz Navidad

ateneorestaurant.com

 [ateneorestaurant_vlc](https://www.instagram.com/ateneorestaurant_vlc)

Plaza del Ayuntamiento, 18
Sexta planta (Valencia)

ATENE
RESTAURANT

BAGS: INSIDE OUT

Una exposición
recorre la historia
del bolso desde
el siglo XVI hasta
nuestros días

Por Juana Camps



Louis Vuitton and Takashi Murakami 'Eye Need You' bag, Spring-Summer 2003.

El equipaje de Louis Vuitton, monederos con heráldicas del siglo XVI o mochilas de Stella McCartney. El museo Victoria & Albert de Londres recorre a través de 250 piezas la historia de un complemento cargado de significado.

El interior de una maleta o de un bolso es el reflejo de la manera de pensar de su propietaria. Su aspecto externo, un símbolo de estatus social, una declaración de intenciones ante el mundo y hasta un manifiesto político. Hasta el 22 de enero de 2022 se puede visitar en el museo Victoria & Albert de Londres una exposición que retrasó su inauguración por la pandemia.

BAGS: INSIDE OUT es un recorrido por la historia de este artículo desde el siglo XVI a la actualidad donde el visitante se encuentra con el maletín del primer ministro británico Winston Churchill, el eterno bolso de la ex primera ministra británica Margaret Thatcher o los diseños realizados por la artista Tracey Emin para el décimo aniversario de **Longchamp** con la leyenda 'International Women'.

"*This is not a bag, it's a baguette*" (no es un bolso, es una baguette), decía la actriz Sarah Jessica Parker en el anuncio de **Fendi** que conmemoraba el bolsito de lentejuelas que le roba un atracador, en un callejón desierto, en la serie *Sexo en Nueva York*. >



< Esta mirada a la moda de los bolsos no solo se centra en la élite social, sino también en la popularidad de esos complementos en la calle, como el famoso bolso *Falabella* de **Stella McCartney** o el toque urbano de **Off-White**.

La muestra concluye con una reproducción detallada del proceso de fabricación de este accesorio, desde los bocetos iniciales a los patrones, del manejo de las pieles o tejidos a los bordados o dibujos finales. Una mirada cercana a un complemento que puede ser un celoso guardián de secretos de estado o una obra de arte en sí mismo.

Una historia asociada a cada objeto de deseo

Como el *Birkin*, cuyo diseño surgió del encuentro casual entre la actriz Jane Birkin y el director ejecutivo de la casa **Hermès** en un vuelo comercial de Air France. Se quejaba ella de la falta de compartimentos que tenían la mayoría de los bolsos, y su necesidad acabó creando un icono del siglo XX. La exposición muestra el bolso original, con las iniciales de la actriz, prestado por una coleccionista privada. O el *Kelly*, otra de las joyas de Hermès, con el tamaño y la forma justas para disimular el incipiente embarazo de Grace Kelly. O el *Jackie*, de **Gucci**, que popularizó en los años setenta Jacqueline Kennedy. O el *Lady Dior*, el homenaje de la firma francesa a la Princesa Diana de Gales ●



Grace Kelly portando el bolso que luego se convertiría en icono.

El *Birkin* de Jane Birkin



Christian Dior
Lady Dior





1



2



3

OUTDOOR

1. THE NORTH FACE Cazadora acolchada 'Himalayan' (300€) 2. THE NORTH FACE Gorro 'Mountain' (35€) 3. FILIPPA K Poncho chubasquero (340€) 4. FILIPPA K Top de punto Pre owned (89€) 5. ALL SISTERS Traje de surf en Econyl 'Lyly' (122€) 6. BORN LIVING YOGA Mat 'Tapioca' (39,90€) 7. ECOALF Mochila 'Hagen' (129,90€) 8. THE NORTH FACE Zapatillas 'Vectiv Taraval' (120€) 9. THE NORTH FACE Pantalón estilo cargo (100€) 10. THE NORTH FACE Sudadera 'Zumu' (65€)



10



4



5



9



6



8



7



KITH



Cuida de tu piel y del planeta con la nueva Línea de **Limpieza Facial** de Babaria. Productos **100% veganos**, con un alto porcentaje de ingredientes de origen natural, como el Aloe Vera o la Rosa Mosqueta, y con envases y etiquetas **100% reciclables**.

¡La forma más natural de cuidarse!

babaria[®]
smart beauty

babaria.es |  



RETRO VIBES

- 1. SIMORRA Cazadora con cuello trenzado (398€)
- 2. SALVATORE PLATA Pendientes de aro 'Bamboo' de plata de ley bañada en oro acabado satinado (99€)
- 3. SPAGNOLO Vestido con manga abullonada (64,95€)
- 4. SYSTEM ACTION Blusa 'Lisi' (54,95€)
- 5. DOAM Vestido midi 'Adhara'
- 6. PALOMA WOOL Jersey 'Hana' (119€)
- 7. DOAM Blusa fluída 'Margarita' (79€)
- 8. ANONYME DESIGNERS Falda 'Zephyr' (89€)
- 9. YACARÉ Bota con tacón retro
- 10. JORGE VÁZQUEZ Pantalón acampanado (285€)



DITA

BURJASSOT

Carretera de Llíria 14
Tel. 963 645 424

VALENCIA

Calle Barcelonina 8
Tel. 963 522 576



Óptica**CLIMENT**

SÍGUENOS EN:



SHOP ONLINE: OPTICACLIMENT.COM



FENDI



1

2



3



4



SUIT YOU!

- 1. SALVATORE PLATA Pendientes 'Shadow' de plata de ley acabado rodio con circonitas (67€)
- 2. THE 2ND SKIN CO. Cuerpo en tafeta 3. REDONDO Cinturón 'Luisa' (59€)
- 4. SYSTEM ACTION Vestido de punto con hilo metálico (79,95€)
- 5. SALVATORE PLATA Pulsera en plata de ley bañada en rodio con circonitas talla baguette y brillante (292€)
- 6. TEMPERLEY LONDON Vestido estilo vintage
- 7. TOTÊME Blazer en acabado semibrillo
- 8. CHIE MIHARA Zapato 'Yaida Palais'
- 9. OLIMARA Pantalón con bajo de pluma (75€)
- 10. MASCARÓ Sandalia 'Ruth' (199€)
- 11. EDIT32 Abrigo con solapa smoking



5



11



9



7



6



8



10



RUAYA
CONSTRUCCIÓN | REFORMAS | FRANQUICIAS | INTERIORISMO

CONSTRUCCIÓN | REFORMAS | FRANQUICIAS | INTERIORISMO

C/ Almazora 45, bajo, 46009 Valencia | T. 963 386 808 |
estudiosruaya.com

GREATSPACES



SÍGUENOS EN 



NU
BA

BEYOND THE EXPERIENCE

Maldivea

VIAJES EXCLUSIVOS Y A MEDIDA

NUBA Valencia

Calle Pizarro, 20 T 963 945 058

nuba.com



MODA



La urgencia de apostar por la **SOSTENIBILIDAD**

Por Carla Lledó

Cada vez más diseñadores, marcas y proyectos apuestan por trabajar con materiales sostenibles, producciones locales, de forma más artesanal y respetando el medio ambiente.

La situación actual que estamos viviendo a causa de la pandemia del coronavirus, ha incrementado la concienciación de un consumo más responsable y de la escasez de los productos naturales, y la necesidad urgente de un respeto real hacia el medio ambiente. Esta nueva concienciación se transforma en una vuelta a lo básico, al esencialismo, en la búsqueda de un consumo más ético, consciente y responsable, y en un cambio en la escala de prioridades y valores. Esto va a obligar a incorporar a nuestras vidas un consumo más sencillo y austero, que derive en una economía más sostenible y local. Más auto-suficiencia, más producto local y más producción y consumo de km0. Y una mayor concienciación de la economía circular. >

< Significa el inicio de una sociedad más colaborativa, ética y sostenible, así como la puesta en marcha de un modelo empresarial más cooperativista, y una economía más solidaria. En esta línea, nacen más marcas, diseñadores y proyectos que trabajan y defienden este nuevo modelo de economía *slow*, km0 y de respeto con el medio ambiente. Que desde su creatividad, y su espacio, trabajan fieles a sus valores y creencias.

En este nuevo paradigma y contexto, nace **The Platform**. Una nueva plataforma que une los esfuerzos individuales de creativos, diseñadores y artesanos que trabajan en esta línea, y les da voz, para ayudarles a crecer, comunicar, vender y conectar con un consumidor que quiere generar el menor impacto posible en su entorno, consumiendo de forma más local, sostenible y de proximidad. Y que está dispuesto a pagar, por marcas con conciencia y responsabilidad social.

The Platform, creada por profesionales de la moda y la comunicación, acerca de forma atractiva, cercana y cosmopolita, las propuestas de diseñadores y marcas de moda, de belleza y de decoración, que trabajan con un fuerte compromiso ético, social y por el cuidado del medio ambiente.

Entre sus propuestas están los diseños sostenibles y veganos de **Hupit**, los bolsos artesanales de **Atelier Batac** y **Leandra**, y las colecciones *handmade* de **Colmillo de Morsa**. Creadores de colecciones locales que defienden un proceso de producción *Slow Fashion* y artesanal, y con valores y propósitos comunes: **trabajar por un planeta mejor por medio de prácticas respetuosas**. Las camisetas creadas a base de acuarelas de **Sättva by Johanna López**, los elegantes y femeninos camisones, batas y kimonos de **LV La Maison** y las mochilas y bolsos de **B-Anyway**, que nacen de botellas de plástico recicladas, también forman parte de la familia The Platform.

Un movimiento que da visibilidad y se convierte en un altavoz, no solo a través de su plataforma digital, que une e-commerce y magazine, sino a través de tiendas *pop up*, donde las marcas y los diseñadores van a poder vender y expresar su mundo creativo. Así como de experiencias y de exposiciones, que invitarán a artistas y creativos a exponer, reflexionar y conversar en mesas redondas sobre problemáticas sociales y medioambientales. Creando de esta forma una comunidad de consumidores, creativos y artistas, comprometida con unos valores y unos ideales por y para un mundo mejor. Donde, no solo es posible consumir de una forma más consciente, sino que despierte y mueva más conciencias, cree espacios nuevos de reflexión y ayude a generar un cambio real ●

1. Bolso de ATELIER BATAc 2. Camisón de LV LA MAISON 3. Camisa de SÄTTVA BY JOHANNA LÓPEZ, todo disponible en www.theplatform.es
Fotos: Palm Studio





Sentirse a gusto en tu propia piel

Marie Claire, la firma de medias y ropa íntima de origen valenciano, vuelve a nuestras vidas con una nueva campaña de *self care* y empoderamiento para todas las mujeres. Con más de cien años de vida a sus espaldas, la marca regresa con “La importancia de lo invisible”, la historia de amor (propio) que todas merecemos y necesitábamos.

*Por Sandra Bódalo
Fotos: Josefina Andrés*

¿Quién no ha oído hablar alguna vez de Marie Claire? Esa marca de medias de toda la vida que supuso una revolución para muchas españolas. “Un panty para cada mujer”. Así de fácil. Un eslogan claro y conciso que ahora puede que lo veamos obvio pero que en su momento —en los años setenta— fue toda una declaración de intenciones. No hay mujeres de una sola talla, entonces... ¿por qué hacer prendas que sí lo sean? “En ese momento, ya estábamos dando un mensaje de inclusión porque nuestros productos no son solo para un tipo de mujer, sino para cualquiera”, explica **Elena Ravello, Directora de Marketing de Marie Claire**. Y así, desde su sede en Villafranca del Cid (Castellón) llegó a convertirse en un referente a nivel nacional. Sin embargo, con el tiempo, como muchas otras empresas, la marca y su legado se fueron perdiendo en el imaginario colectivo. Hasta ahora. >



< Ha pasado ya más de un siglo desde que **Francisca Íñigo** cumpliera su sueño de emprender su propio negocio o, como ella misma decía, de convertirse en “fabricanta”. Y ahora han decidido volver con una campaña llena de significado, de emoción. **“La importancia de lo invisible”** nos anima a celebrar nuestros cuerpos y convertirnos en nuestra prioridad. Tengamos la edad que tengamos, pesemos lo que pesemos. Un discurso empoderador, pero también de amor y empatía hacia las mujeres en todas las etapas de su vida. “Nuestra cliente actual es un poco más madura y, aunque su papel es clave en nuestra sociedad, ha llegado a sentirse invisible en multitud de ocasiones. Queremos devolverle el protagonismo y apoyarlas durante ese camino”, añade Elena. Al fin y al cabo, ¿quién no se ha sentido invisible alguna vez?



“Porque lo verdaderamente esencial es invisible a los ojos”. Así acaba esa voz en *off* que se escucha en su nuevo *spot*, un manifiesto transgeneracional que busca derribar los miedos, los prejuicios y las inseguridades a los que se enfrentan las mujeres diariamente. Desde su juventud hasta su plena madurez. Desde la cicatriz de la cesárea hasta esas estrías de las que nos avergüenzan e intentamos tapar. “Cuando hablamos de ‘invisible’, hablamos de muchas cosas. No solo del producto en sí, sino también de las mujeres y hasta de nuestra propia empresa”, nos cuenta Ravello. Y de cierta manera, tiene razón. ¿Por qué no hablar de la ropa interior con el mismo orgullo con el que enseñamos a nuestra amiga el nuevo bolso que acabamos de comprar?

La campaña nos anima a celebrar nuestros cuerpos, tengamos la edad que tengamos, pesemos lo que pesemos

La vuelta al origen sin complejos

Pero a pesar de este resurgimiento con un nuevo logo e imagen, Marie Claire no olvida sus raíces y estas han nacido y crecido en la Comunitat Valenciana. Su nueva fábrica, con más de 58.000 metros cuadrados, es el centro de operaciones de todas las fases de fabricación de sus prendas. “Desde la hilatura y la tejeduría hasta el diseño del propio *packaging*. Hoy en día, Villafranca es un ejemplo para inspirar a otras regiones y apostar por el talento y la fabricación local. Otra manera de ‘visibilizar’ estas zonas despobladas del interior del país”, afirma Ravello. **Más de cien años de experiencia y *savoir faire* que no se cambia por nada.**



Story Board realizado por la ilustradora valenciana África Pitarch para Corinne Films.

“LA IMPORTANCIA DE LO INVISIBLE”, UNA CAMPAÑA LLENA DE TALENTO LOCAL.

La fotógrafa valenciana Josefina Andrés, la productora audiovisual Corinne Films y, por supuesto, el gran equipo que desde la comarca de Els Ports (Castellón) continúa con el *savoir faire* de esos cien años de historia y tradición ●

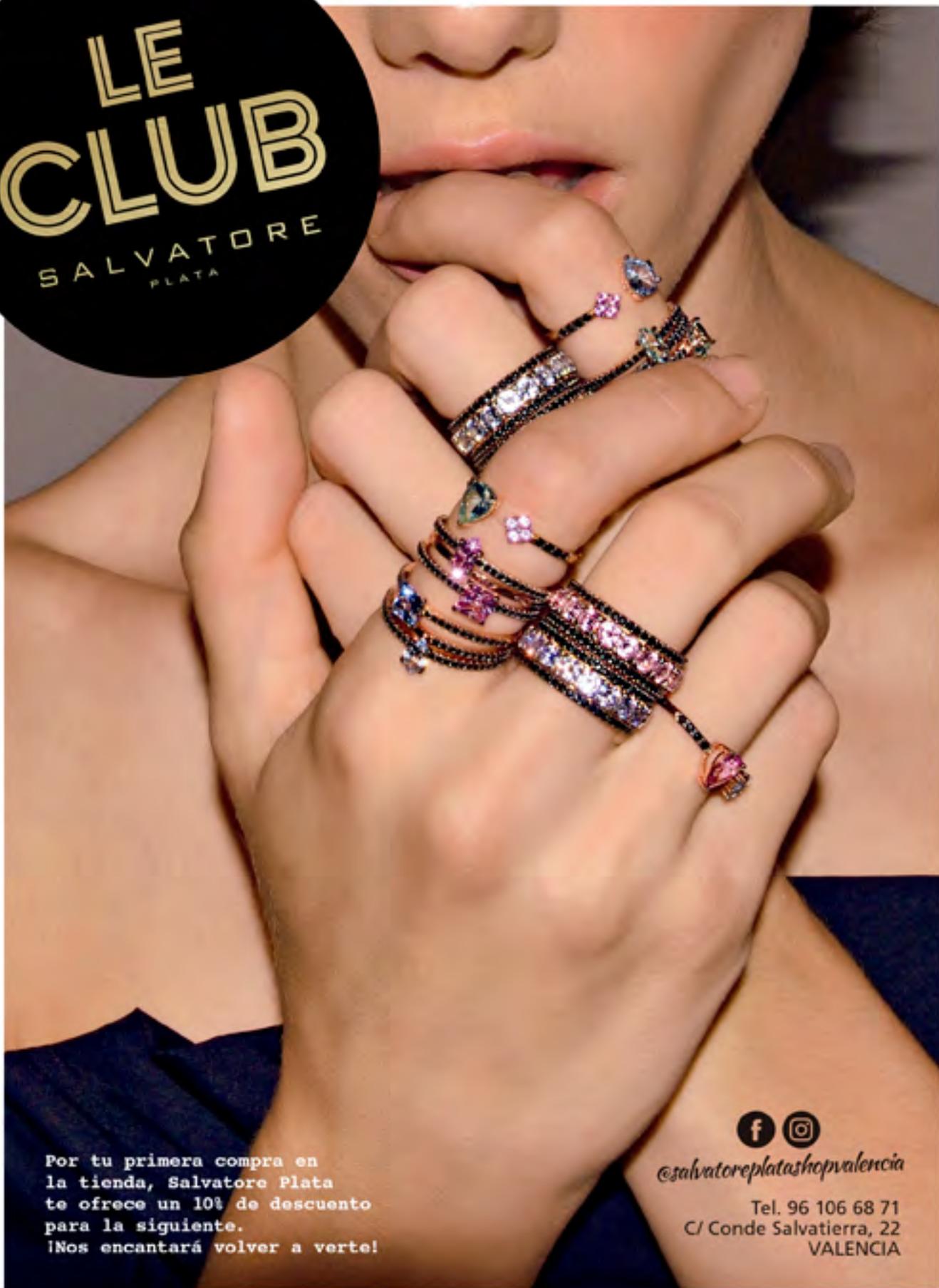


Custo Dalmau

*Texto: Paula Bosch
Fotos: CLEC Fashion Festival*

CUSTO BARCELONA clava constantemente la aguja en la moderna contemporaneidad, estableciéndose como cabeza de cartel en la segunda edición del Clec Fashion Festival el pasado mes de octubre. En la entrevista previa, responde con esa seguridad y precisión que sólo pueden mostrar quienes conocen y dominan el sector mientras ultima los fittings con las modelos que se mueven ligeras entre las preguntas que hago. No se siente nervioso, dice que está acostumbrado a todo ese ajeteo, lo único que le inquieta es la incertidumbre por los imprevistos. Porque 40 años de historia es algo de lo que no todos los diseñadores pueden alardear. Esa experiencia establece un patrón a la marca. Un molde y una firma. Custo Dalmau, una vez más, frunce sus pensamientos e ideas sobre el micrófono para permitir que las preguntas se vayan hilvanando solas mientras se va componiendo a rasgos generales el boceto general de su persona y cabeza.

Para que, horas más tarde, ese boceto quedase plasmado en la colección que inundó los flashes y asientos del recinto. Piezas coloridas, cargadas de emoción e intenciones. Los efectos noventeros, su logo a todo color y la multitud y multiplicidad de estampados fueron los protagonistas en el desfile y festival. Porque Custo, customiza tus pensamientos.



Por tu primera compra en la tienda, Salvatore Plata te ofrece un 10% de descuento para la siguiente. ¡Nos encantará volver a verte!



@salvatoreplatashopvalencia

Tel. 96 106 68 71
C/ Conde Salvatierra, 22
VALENCIA

La colección presentada en Nueva York y que exhibes aquí en Valencia lleva el nombre de "I trust me" Es una declaración de intenciones en toda regla ¿no? ¿Se refiere a la seguridad del diseñador?

Aunque el ego en todo lo creativo es importante, I Trust Me es más un mensaje que va dirigido a las mujeres. Se trata de una colección puramente emocional. En Custo Barcelona hacemos piezas que emocionen para seducir a las mujeres que tratan de expresar su seguridad vistiendo con cierto riesgo e innovación.

Esta colección además se presentó a través de un fashion film ¿Qué ha supuesto apostar por esas nuevas herramientas?

Yo creo que la pandemia ha hecho que se den pasos que quizás hubieran tardado más en darse de no ser por este fenómeno y considero que las presentaciones en formato fashion film vienen para quedarse. Es uno de los formatos que van a perdurar para el futuro de los desfiles y, a partir de ahora la experiencia no va a ser sólo a través de las pasarelas.

¿Y qué te parece la idea de meter las costuras entre fogones con los showcookings?

Cuando me lo plantearon me sedució



al instante. Ten en cuenta que todo en el Clec es creativo, y compartir este proyecto con alguien como Bernd H. Knöllner del Riff es algo maravilloso. -Se ríe- Aunque no cocino, a mi me gusta comer bien, tengo amigos cocineros. La cocina para mi es un arte.

¿Qué imagen crees que tiene España en las semanas de la Moda de las grandes capitales?

Es verdad que tenemos muy buena acogida, a nivel moda tal vez se nos reconozca más por el producto como un gran mercado. Pero si buscamos las puntas de lanza en la moda española no se nos identifica tanto en el exterior como con diseñadores italianos o franceses.

¿Y tú cómo ves el panorama juvenil del diseño y la moda en Valencia?

Bueno es verdad que el Clec es un proyecto recién nacido, hay que tener paciencia para que crezca. Es cuestión de tiempo y de seguir alimentando a esa pequeña creación. Pero siendo joven, apunta maneras.

Con respecto a 2020 este año te estrenas en las pasarelas valencianas ¿Que fue lo que te hizo hacer clic y lanzarte a la aventura?

Ha sido un privilegio poder desfilas en Valencia, es algo que nunca habíamos hecho en nuestros 40 años de vida como marca y la verdad es que tanto la ciudad como el icónico enclave donde se hace es todo un lujo.

Además de ser acorde a los aires futuristas de tu colección...

Efectivamente, creo que eso ha completado la magia que tiene que irradiar un desfile.

Porque si la moda es una declaración de intenciones ¿Cuáles son las de Custo Barcelona?

Somos unos creativos que tratamos de emocionar a las mujeres que tienen confianza en ellas mismas.

¿Cuáles son tus próximos proyectos?

Después de desfilas aquí me iré a México a hacer una presentación. Después de un año y medio en donde me he visto impedido para viajar con total libertad me hace mucha ilusión cruzar el charco y presentar la colección en los nuevos mercados emergentes de Latinoamérica.





Hay
un
tesoro
Escondido



Pieza Homenaje a las 1001 Noches de Segreles



Vicente Gracia

Art Jewellery

C/ de la Paz nº 4

Tel. 963 510 618

www.vicentegraciajoyas.com

📍📱 vicentegraciajoyas





Amelia Delhom, 3ª generación de una familia de emprendedores

LA MAGIA DEL INTERIORISMO ATEMPORAL

Hablamos con la diseñadora Amelia Delhom y su papel como emprendedora en el mundo del interiorismo y la decoración desde principios de los años 90

Por Gema Sancho

La pasión por el diseño de interiores le viene desde muy pequeña, de herencia familiar. Hija de empresarios del mundo de la tapicería –la 3ª generación de su familia– la valenciana sigue transformando hogares y cumpliendo sueños, o como bien dice ella “**haciendo magia**”.

Ya hace más de 20 años que **Amelia Delhom** decidió embarcarse en el mundo como mujer emprendedora. “Me crié rodeada siempre de telas y catálogos, conversaciones sobre ferias y stands de mis familiares... Decidí estudiar interiorismo, me encantaba”. Le alucina el poder de transformación de un espacio, ver el antes y el después, el inicio de cada proyecto, “recuerdo con cariño mi etapa en Castellón, fue corta pero muy intensa. Al igual que la apertura e inauguración de la exposición de Roger de Lauria en Valencia, rodeada de muchos amigos, mis hijos y familiares”.

“La industria del mueble en este país ha pasado por muchos cambios, crisis y transformaciones. Dificultades que han provocado mi evolución y la de mi negocio, pero todos los retos a base de constancia y organización se superan” nos cuenta Amelia, que sigue: “pasé

personalmente un momento difícil y mi trabajo fue mi refugio. Pasamos gran parte de la vida trabajando y si amas lo que haces no existe mejor terapia. Es el salvoconducto perfecto”. Asegura que uno de los momentos que más disfruta es la hora de buscar inspiración e indagar en las nuevas tendencias y propuestas de la temporada. >

“Pasamos gran parte de la vida trabajando y si amas lo que haces no existe mejor terapia. Es el salvoconducto perfecto”.



< Ahora más que nunca valoramos el cuidado de nuestro hogar, invertir en calidad de vida y confort se ha convertido en una de las prioridades con el movimiento *slow living*. “Tras una crisis sanitaria pasada con tristeza, incertidumbre y a base de muchas videoconferencias, hay un antes y un después desde la pandemia. Parar, en todos los sentidos, nos ha permitido centrarnos en nuestro día a día, valorar nuestro presente y ahí es donde toma valor la casa. Rodearnos de espacios equilibrados, limpios y ordenados nos hace sentir mejor, más relajados y por tanto más felices. Es verdaderamente importante estar bien en casa, es nuestro refugio y ahora más que nunca hay que amarla” apunta la interiorista, quien se define con un estilo atemporal, elegante y siempre teniendo muy en cuenta la opinión del cliente.

Con muchos *restyling* entre manos nos explica “a veces partimos desde el sofá, y a partir de este jugamos con unos toques de color, la combinación de tejidos y la distribución. La transformación es brutal y eso me fascina”.

Por último, le preguntamos qué consejo le daría a cualquier mujer que esté pensando en emprender y nos responde: “Constancia, paciencia, esfuerzo y todo ello con la mejor actitud, esto siempre sirve” comparte ilusionada ●

Sophie y Fátima son socias, confidentes y amigas. “Juntas hemos pasado por los mejores y más duros momentos de nuestra vida. Nos apoyamos sin dudar y juntas emprenderíamos cualquier aventura”.

Foto: Misael del Rosario



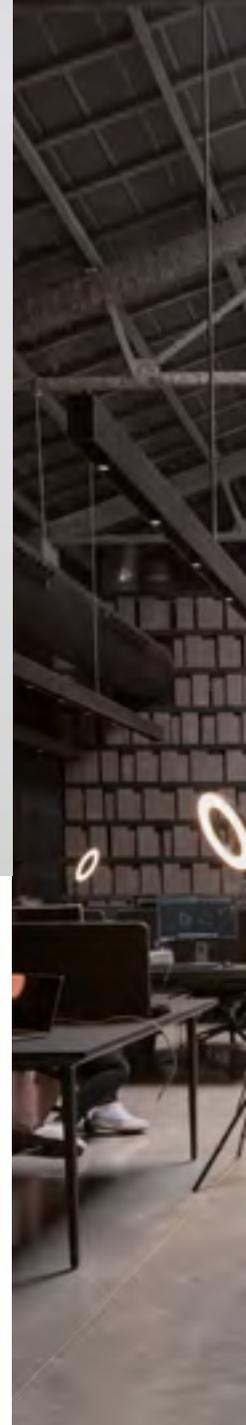
La ilusión de emprender de nuevo

Hablamos con Sophie von Schönburg y Fátima Ateyeh, fundadoras de Signne Creative House, sobre nuevos comienzos, talento local e ilusión; pero sobre todo hablamos de la capacidad de seguir sorprendiendo y destacando internacionalmente. ¡Eso sí! Sin abandonar nunca la terreta.

Por Sandra Bódalo

“Durante uno de los años más trascendentales de nuestra historia —el confinamiento— por fin tuvimos el tiempo de reflexionar, proyectar y dibujar el futuro que nos ilusionaba”. Así habla **Sophie von Schönburg** del emocionante proyecto que ella y su socia, **Fátima Ateyeh**, decidieron llevar a cabo en plena crisis. Después de formar parte durante quince años del estudio de diseño CuldeSac, llegó el momento de “emprender el vuelo” hacia nuevos horizontes. Así fue la historia —al menos la versión corta— del nacimiento de **Signne**, aunque estamos seguras que su versión extendida, también incluye una larga dosis de risas, lágrimas y adrenalina.

“Así arrancó este sueño. Con el bagaje, la experiencia y el vértigo de una nueva aventura, pero de la mano del mismo equipo y el chute de energía que siempre surge cuando vuelves a emprender”, nos cuenta una de sus fundadoras. Ni agencia, ni estudio creativo. Para Sophie y Fátima es mucho más. Es una **“Creative House”** formada por talentos de mundos tan diversos como el del diseño, la moda, la arquitectura, la comunicación o las artes visuales, y que juntos desarrollan nuevas narrativas y experiencias que conectan marcas globales con sus comunidades. ¿Quién dijo fácil? Un reto cada vez más complicado en los tiempos que corren, donde publicamos contenidos que duran 24 horas y a veces menos, pero que >





Merkato Hub es el lugar de trabajo del equipo de Signne, un antiguo hangar de aviones reconvertido en una comunidad creativa.
Fotos: David Zarzoso

< ya han conseguido enamorar a marcas como **Chanel, Dior, Loewe, Tiffany & Co.** o la más reciente, **Hoss Intropia** y su relanzamiento en el mercado español a través del Grupo Tendam.

“Cambiamos de casa y de vestido, pero el talento creativo sigue siendo el mismo”, cuenta Sophie von Schönburg. Una casa con nombre propio, **Merkato Hub**, un antiguo hangar de aviones reconvertido

“Vivir en una ciudad como Valencia te hace disfrutar más de tu trabajo”.

*Fátima Ateyeh,
cofundadora de Signne
Creative House.*

en una comunidad creativa por Alberto Martínez (Venture), Gemma Sastre y David Mor. Para Fátima Ateyeh, su otra cofundadora, encontrar un espacio con personalidad y movimiento era la clave. “Desde el Covid somos más nómadas y esa flexibilidad también nos ha ayudado a adaptarnos allá donde vamos y disfrutarlo al máximo. ¡Ya sea en Merkato o trabajando desde Kuala Lumpur!”

Pero si hay una cosa de la que están orgullosos es su capacidad en encontrar talento e incluso, como buenas *head* y *coolhunters*, descubrirlo antes que nadie. O como ellas lo llaman: ser “Talent Seekers”. La artesana y diseñadora de lámparas Tonia Fuster, la ilustradora y Premio Nacional del Cómic Ana Penyas, la ceramista Ana Illueca o el chef Albert Adrià son algunas de estas mentes inquietas que se han sumado a sus proyectos.

Del Mediterráneo al mundo

Ambas han vivido en las capitales más concurridas del mundo y, sorprendentemente, ninguna es valenciana. Como dice Sophie, a ella Lladró le “importó” hace años; mientras que Fátima creció entre Colombia, Perú, Chile, Jordania y Roma, pero el destino —o el viento de Levante— le acabó por traer aquí. Pero sin duda, las dos se enamoraron de esta ciudad. Su cultura, su luz, el mar, su filosofía mediterránea... Y como bien resume Ateyeh: “vivir en una ciudad como Valencia te hace disfrutar más de tu trabajo”. ¿Quién se lo va a negar? ●





Jorge Bartual y Jose Vicente Milian, de Irucem, pioneros en construir casas a medida

Jorge Bartual y Jose Vicente Milian son los fundadores de Irucem, una promotora - constructora que se encarga de crear casas hechas a medida.

¿Qué es Irucem exactamente?

Irucem nace de la idea de querer acercar el proceso personalizado y con mimo que se genera en una sastrería llevado al sector de la vivienda. Nosotros venimos del sector de la gastronomía y alimentación, donde se pone en valor la presentación y la venta del producto, y cómo te transmiten ese producto. Lo que hemos hecho ha sido rodearnos de un buen equipo de profesionales, eso lo primero. Y luego, ser los sastres de las viviendas o de las casas que vayan destinadas al público objetivo. Pero desde luego, igual que vas a comprarte un traje y te toman las medidas, pues esta es la idea que tenemos a la hora de poder presentar una vivienda al cliente.

¿Es una inmobiliaria o una promotora?

Se trata de una promotora-constructora “a medida”. Consiste en “hacer un traje al cliente” para que cuando entre por la puerta o salga de

esa casa, vea que hay un hogar hecho ad-hoc, para el que responde a sus necesidades. Al final es ofrecer una casa basada en las necesidades de esa persona, no comprar una casa estándar, sino exclusiva. Para eso hay otra oferta, otra serie de inmobiliarias y profesiones que se dedican a hacer cosas estándares.

¿Cómo surge este proyecto?

El principio de este proyecto surge porque al comprar una vivienda de un cierto nivel, esperas que la atención sea con más detalle, más personalizada, y ya que haces un esfuerzo económico la atención debe ser acorde a lo que te vas a comprar. Actualmente el proceso de compra de una casa es algo frío. Al final es como con los coches, si compras uno de cierto nivel, el trato debe estar un poco a la misma altura. Hay un mimo y un cuidado. Se trata de sentirse acogido y a gusto con ese producto ‘a la carta’. Además, hay que darle mucha importancia a todo el equipo



de profesionales que van a acompañar al cliente en este viaje, donde él marca su propio ritmo dentro, claro, de unos parámetros. Nosotros nos acoplamos para llevarle hasta su casa deseada, esperando que supere sus expectativas, no solo respecto a la vivienda en sí, sino que se quede con un buen sabor por el trato y la atención. Una experiencia de compra diferente que engloba todo un proceso.

¿Cómo es ese proceso de compra en Irucem?

Primero el cliente nos contacta y se le atiende con cita previa en la que un profesional le muestra imágenes ajustándose a las directrices, preferencias o necesidades del cliente. Se le ofrece una copa de champagne o incluso un pequeño catering, le exponemos todo lo que tenemos, y en cuanto el cliente vea lo que le encaja, ya empezamos a diseñar la casa. Cuando la tenemos diseñada, mostramos cómo quedará a través de los renders. Hacemos la estructura, y de ahí en adelante ya es todo como el cliente quiera. Desde el primer momento en el que llame hasta que se le haga entrega de las llaves, hay un protocolo muy marcado y definido de cómo va a ser todo, no hay nada al azar.

Entonces, mediante una serie de pruebas y de termómetro de necesidades se comienza a trabajar ¿no?

Claro, y luego también tiene mucho que ver con las modas, líneas y tendencias. Por ejemplo, dentro del espacio de las casas, el mundo de la decoración es muy amplio. Una vivienda debería transmitir

una personalidad, nuestro modo de vivir, quiénes somos. Si podemos hacer una casa, y la podemos hacer a nuestra imagen, genial.

El cliente tiene que venir con idea de cómo quiere las cosas, ¿no? Porque igual hay gente que no sabría ni por dónde empezar...

Por eso tenemos unos profesionales muy cualificados que te acompañan en ese camino. Un camino muy ancho que va marcando por dónde ir. Hay una parte muy importante de asesoramiento. Siempre irás con alguien de la mano, no te dejamos, te acompañamos a la hora de decidir lo que te gusta en todo momento. Es un viaje, pero siempre con el apoyo de un profesional. Es empezar desde cero e ir poniendo piezas. Consiste un poco en querer ser los *Personal Shoppers* de las casas. Como en todo, un especialista te ayudará, un color te puede gustar, pero igual no es el que más te favorece.

Es como hacer un estudio de colorimetría, ¿no?

Sí, depende mucho de lo que te transmita la psicología del cliente. Cuando en gastronomía se prepara un catering, tienes que asesorar a un cliente, no consiste sólo en venderle. Eso lo tenemos muy bien aprendido, queremos asesorar, no vender. Evidentemente, detrás de eso hay una empresa, pero lo que se pretende es asesorar. Y si eso está conseguido, el camino es mucho más sencillo de recorrer. Por ejemplo, a la hora de diseñar una cocina tienes que ver las necesidades que esas personas

quieren cubrir, porque puede resultar ser muy impactante a la vista y luego no les resulte funcional.

¿Y cómo ha sido la búsqueda de esos profesionales que os asesoran?

Hemos buscado a aquellos que más se adaptan a nuestra filosofía y nuestra forma de ver la empresa o nuestra cultura. Una vez adaptados, dejamos que ellos trabajen. El cliente se sentirá satisfecho encontrando su propio lugar. Se le acompaña hasta el último momento, incluyendo el interiorismo.

Y desde que el cliente plantea sus necesidades hasta que se construye la casa, ¿cuánto tiempo tarda?

Desde que se establecen las necesidades y los clientes escogen hasta el momento de entrega de llaves se tardan unos 8 meses. Depende mucho del nivel de acabados que el cliente quiera tener. Lo que hacemos es escuchar, empatizar y establecer esa experiencia de compra con el cliente hasta realizar la llave en mano. Marcamos la diferencia haciendo que el cliente se sienta escuchado y acompañado dándole mucha importancia a los detalles, con esa experiencia de la compra de su vida, de su hogar. Y nosotros hacemos muchísimo hincapié en eso desde el primer momento.

Y hay necesidades actuales de las que igual no éramos conscientes antes, ¿no?

No se trata sólo de la funcionalidad, también se trata de que sea agradable a la vista o confortable. Tienes que crear una serie de ambientes,



de espacios y zonas en las que estés a gusto. Porque los baños, por ejemplo, antes eran un simple baño. Ahora el espacio del baño es un espacio de relax, quieres entrar y encontrarte algo no sólo funcional, también estético y debe transmitir paz y desconexión. Porque luego también, para poder salir arreglado/a y sentirte bien, tienes que tener ese sitio que te lo permita. Disfrutar del relax y de poder ponerte bien, de arreglarte para salir.

Sobre todo a partir de la pandemia esas necesidades han cambiado un poco, ¿verdad? Como hemos estado tanto tiempo en casa, la gente ha hecho muchos cambios

Sí, porque la pandemia nos ha enseñado que hay que disfrutar de lo que nos rodea, no solamente estamos viviendo dentro de un sitio, queremos disfrutar de ese sitio. Eso es fundamental. Los que tenemos una casa más o menos “grande” hemos podido disfrutar de

Hay tecnologías que resultan muy cómodas. Por ejemplo, existen sistemas de apertura de puerta, no es que venga alguien a abrirte la puerta, se abre porque el sistema domótico te detecta y te abre. Hay verdaderas barbaridades en ese campo.

¿Os solicitan muchos esas nuevas tecnologías? ¿Va a ser el futuro?

No se concibe ya ninguna vivienda, digamos moderna/vanguardista o de cierto nivel, sin domótica o un asistente tecnológico que te lo pone todo en marcha: pone la alarma, la quita, abre la puerta del garaje, etc. La inteligencia artificial que no vemos, pero que está, hoy en día aún utilizamos mucho los mandos, pero hay sitios en los que con el móvil ya se hace todo. No sacas ni la llave, la domótica te permite hacer todo eso. Casas inteligentes que te hacen la vida más cómoda. Te facilitan ese confort con un mayordomo que nunca ves.

han asumido nuestros valores de marca o empresa. Por ejemplo, el hecho de elegir materiales industrializados asegura una calidad superior ya que utilizamos alta tecnología de precisión, eliminando el error del factor humano.

Irucem... ¿de dónde viene el nombre?

Iru viene de Irune (hija de Jorge) y Cem de cemento. Al final, ser padre es una experiencia apasionante y la empresa va un poco en su honor, y además es un nombre que transmite algo.

¿A qué retos creéis que se enfrenta el sector actualmente dada vuestra experiencia?

Tiene muchas dificultades lo mires por donde lo mires, como todos. Siempre hay alguna variable... Lo que pasa es que sí que es verdad que hay que buscar un poco el nicho de mercado. Cuando hay necesidades, las tienes que cubrir. El sector de la construcción siempre tiene altos y bajos, pelotazos, burbujas, etc. Lo bueno de ser empresarios previamente es que nos sabemos adaptar a las circunstancias, y el que mejor se adapta es el que sobrevive. Además, nosotros creamos viviendas a un número de clientes al año, no queremos entrar en el rol de empezar a construir por inercia. Irucem es un proyecto que queremos que dé pasos seguros. No es construir por construir, es construir para satisfacer una necesidad real de un cliente. Queremos que Irucem sea una marca que a futuro tenga crecimiento y que el hecho de tener una casa nuestra aporte cierto valor, excelencia y exclusividad. Si no lo controlamos, podemos perder la esencia y esos detalles que queremos asegurar y cuidar. Nuestro cliente no es un número, tiene nombre y apellidos.



un espacio verde que nos permitía salir para respirar. Si no tenías esa opción, era como una cárcel de oro. La libertad la queremos todos, pero si la puedes tener dentro de un espacio en el que estás muy a gusto, pues estás perfectamente acomodado ahí dentro. La pandemia nos ha condicionado mucho porque nos hemos dado cuenta que no siempre el espacio que estamos ocupando es el entorno que nos gustaría tener.

Y en cuanto a las tecnologías, ¿cómo las introducís en los hogares?

¿Sois pioneros en Valencia o en toda España?

Somos pioneros en España. En el norte de Europa sí que empieza a haber temas similares, y en Estados Unidos podemos hablar de algo parecido, pero tampoco demasiado. En España desde luego que somos pioneros. Todo se está realizando y mirando con mucho mimo para que el cliente no sienta o vea alguna carencia y tenga confianza en nosotros. Desde los profesionales de la arquitectura hasta los profesionales de la construcción siguen nuestra cultura, y

Siempre vamos con bastante margen y cumplimos los plazos sin demorarnos. Estamos a la altura, tanto nosotros como los profesionales con los que trabajamos. Nuestra esencia es esta y si hay un cliente que quiere modificarla no cogemos el trabajo. Es nuestra filosofía, y es algo que siempre va a estar ahí. Somos fieles a nuestro estilo. El cliente nos ha buscado porque le gusta nuestro visión, dentro de sus necesidades y preferencias. Y ahí está el secreto.



irucēm

houses sur mesure



JOIE
de
VIVRE

Fotografía: Palm Studio

Estilismo: Bianca Fuentes

Maquillaje y peluquería: Nacho Sanz

Modelo: Jolina Peppina (Blow Models)

Retoque: Sara Ivars



Pendientes tipo rivière en plata con acabado oro rosa y circonitas y dos posiciones de abrochado de SALVATORE PLATA (135€); camisa lima de seda con lazada larga de SIMORRA; blazer 'Flynt' con solapa drapeada y pantalón 'Espert' (750€), todo de OTRURA; *peep toes* fucsia de JIMMY CHOO.



Camisa con lazada y detalles de *strass* y abrigo de pelo, todo de SIMORRA.

Tocado en tafetán fucsia de
EL VESTIDOR VINTAGE;
pendiente chapado en oro con
perla y gargantilla de perlas
y cierre de imperdible (440€),
todo de BEATRIZ PALACIOS;
cardigan oversize de ESE O
ESE; camión en seda y tul de
encaje de LV LA MAISON;
medias de rejilla de MARIE
CLAIRE; mocasín clásico de
ESE O ESE.







En la página anterior: pendientes con cuarzo lechoso y flecos en oro de MARFIL; vestido con manga globo de PSOPHIA (445€); cinturón con cierre doble de EL VESTIDOR VINTAGE; *clutch* con piel de acabado reptil de MÁS MÍA.
Sobre estas líneas: pendientes 'Duelo blanco' y collar de perlas en plata con chapado de oro (375€), todo de BEATRIZ PALACIOS; vestido mini en tul fruncido de VIGURI HARO; vestido/blazer 'The Tuxedo' de WOMANCE (265€).





Pendientes tipo rivière en plata con acabado oro rosa y circonitas y dos posiciones de abrochado de SALVATORE PLATA (135€); camisa lima de seda con lazada larga de SIMORRA; blazer 'Flynt' con solapa drapeada y pantalón 'Espert' (750€), todo de OTRURA; *peep toes* fucsia de JIMMY CHOO.





Boina de ESE O ESE; pañuelo de seda con logo de Christian Dior disponible en EL VESTIDOR VINTAGE; caftán 'Elda' (69€) y pantalón tipo sastre, todo de DOAM; botas altas de materiales reciclados y veganos de URBÁNIMA disponible en DOAM (199€).



Vestido de punto con flecos de pedrería de WOMANCE, sandalia en terciopelo verde de JIMMY CHOO.



Gargantilla en plata con circonitas talla lágrima y brillante de SALVATORE PLATA (194€); jersey con hilo metálico de SYSTEM ACTION; guantes de tul y aplicaciones de BETTO GARCÍA; vestido 'Sebastien' de BRUNA (145€).

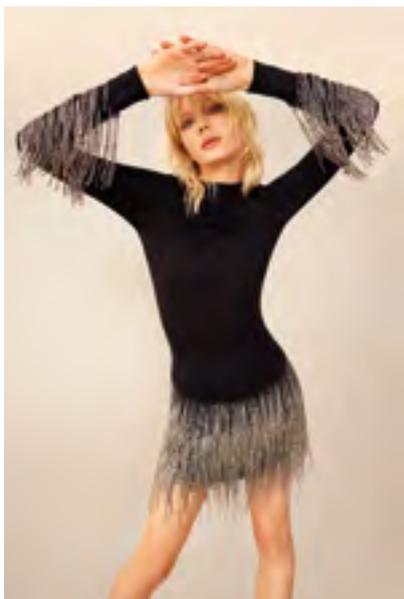


Pendientes en *strass* de BETTO GARCÍA;
body de lentejuelas de VIGURI HARO;
blazer/vestido 'Gaci' con detalles
asimétricos de OTRURA; medias de
rejilla de MARIE CLAIRE; botas altas
de materiales reciclados y veganos de
Urbánima disponible en DOAM (199€).



Pendientes de plata y latón chapados en oro con cuentas de cristal negro de BEATRIZ PALACIOS (490€); cuerpo de marabú y tweed de BIBENCIA.

Pendientes de plata en oro con línea en esmalte y circonitas en talla bagueete de SALVATORE PLATA (67€); vestido de punto con flecos de pedería de WOMANCE, sandalias en terciopelo verde de JIMMY CHOO.



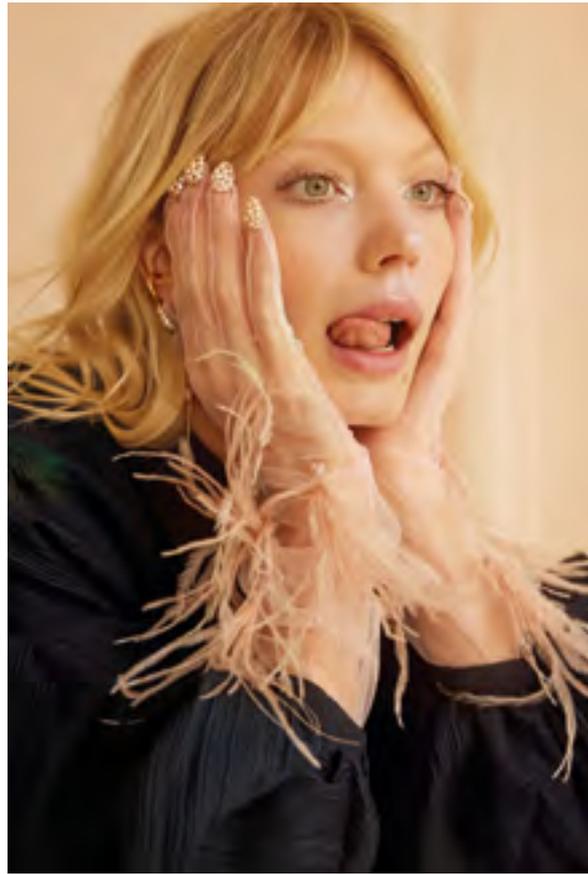


Boina de ESE O ESE; vestido 'Sebastien' de BRUNA; guantes con detalles de tul de BETTO GARCÍA.



Diadema de strass de BETTO GARCÍA;
collar de plata con circonitas talla lágrima
y brillante de SALVATORE PLATA
(177€); camisa satinada de SYSTEM
ACTION; sortijas con perlas australianas
y diamantes de MARFIL.

Ear cuff de la colección 'Sustained' y pendiente chapado en oro con perla, todo de BEATRIZ PALACIOS; camisa con mangas abullonadas en *jacquard* marino y pantalón a juego, todo de EDIT 32; guantes de tul y marabú con aplicaciones de BETTO GARCÍA.





centro
wellness

DR. GABRIEL SERRANO

Tu oasis de bienestar en el centro de Valencia



Los tratamientos más avanzados y la alta cosmética de **SESDERMA** te esperan en nuestro **Centro Wellness DR.GABRIEL SERRANO**.

BAÑO TURCO HAMMAM · RITUALES AROMATERAPEÚTICOS ·
MASAJES · TRATAMIENTOS FACIALES · TRATAMIENTOS CORPORALES ·
BELLEZA EN TU MIRADA · MANICURA · PEDICURA · PELUQUERÍA



Descubre todos nuestros
tratamientos aquí

PIDE CITA Y VISÍTANOS EN:

Calle del Grabador Esteve, 8 / 46004 · Valencia / España · Tlf. (+34) 963 52 83 23 · centrowellness@sesderma.com
www.centrowellnessdrserrano.com · síguenos en @centrowellnessdrserrano



BELLEZA

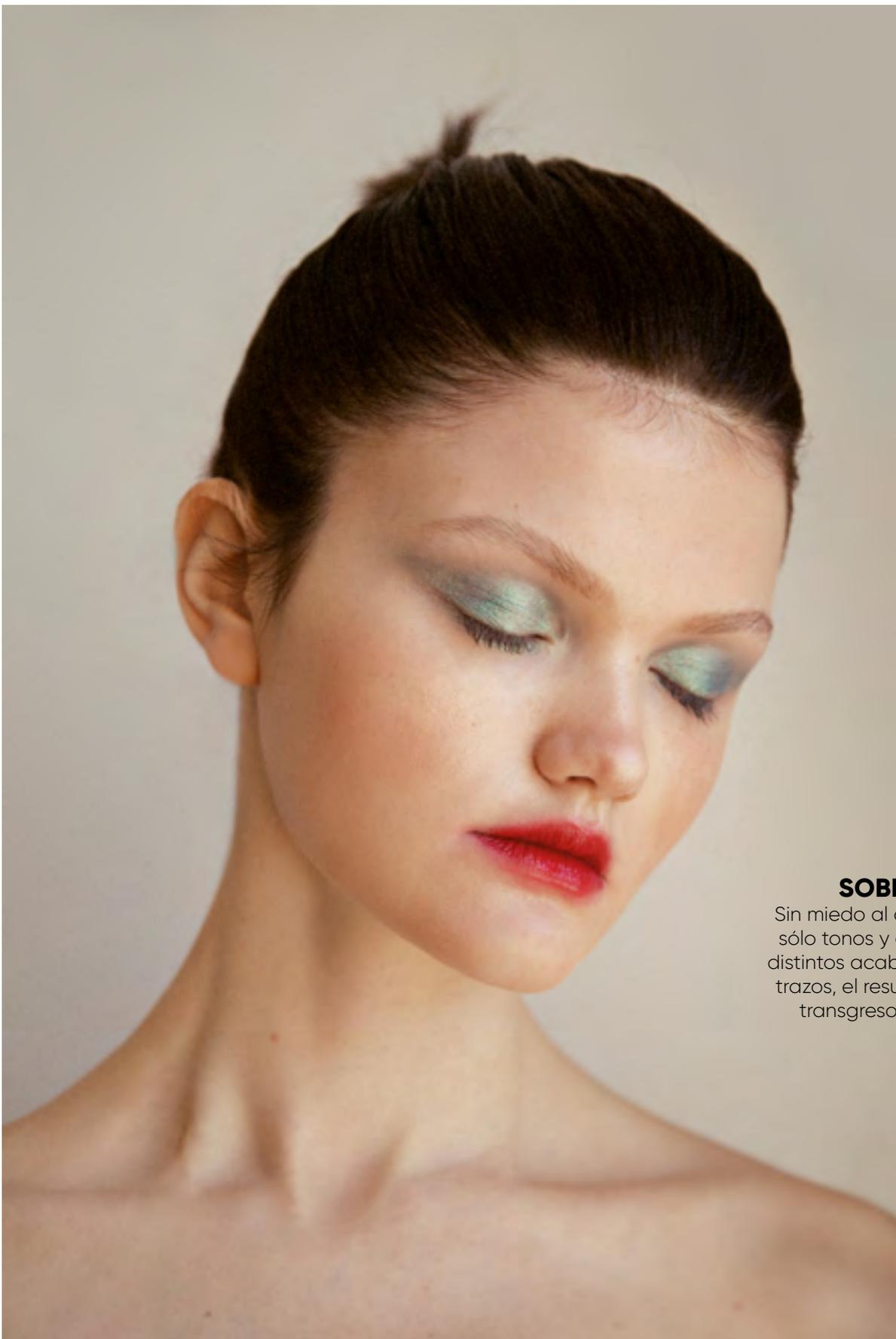
T H E
A R T O F
M A K E
U P

FOTOGRAFÍA: Sonia Sabnani
MAQUILLAJE: Miriam Anaya
MODELO: Deborah (Carmen Durán)



INDISCUTIBLE ROJO

Piel de efecto desnuda y un claro foco de atención,
labios en rojo dramático y con leve efecto *gloss*.



SOBRE EL LIENZO

Sin miedo al color. Mezclar no sólo tonos y colores, también distintos acabados a base de trazos, el resultado es un *look* transgresor y muy creativo.

GLAM & MINIMAL

Los polos opuestos conviven entre el efecto #nomakeup y los brillos más absolutos. Sólo apto para las más atrevidas.





MÁS FANTASÍA

Los efectos más insospechados para los *looks* más fascinantes. Una fiesta de brillos que envuelven tu mirada.



BICOLOR

La tendencia que baja de las pasarelas se consigue con un perfilador en color sólido y labial multidimensional con tonos metálicos.

Perfumes de género fluido:

fragancias no binarias con propuestas libres de estereotipos

Fotografía: Palm Studio
Producción: Bianca Fuentes

En los últimos años muchas firmas están apostando por los perfumes *genderless*. A ello también ha contribuido el auge de la perfumería oriental, caracterizada por su potencia, por la presencia de notas amaderadas y por la nimiedad del género en la categoría. Asimismo, las colecciones nicho y más alternativas atraen a un consumidor ávido de novedad y diferenciación que prima el atractivo de la fragancia por sí misma, obviando el tema del género.

Hasta los años cincuenta no existía la división de géneros en las fragancias. Fue con la explosión de la publicidad en los Estados Unidos cuando comenzó la tendencia: florales y frutales para ellas; amaderados para ellos.

La división de los géneros en perfumería fue, pues, una cuestión publicitaria. Así que solo la publicidad podía recorrer el camino inverso, y así lo hizo en los noventa. Las nuevas fragancias de Calvin Klein, CK One en 1994 y CK Be en 1996, eran unisex, tenían como musa a Kate Moss y fueron el mayor éxito de la década. La gente joven, ésa que hoy ya no lo es tanto y conocemos como generación X, las acogió sin problema. En realidad, lo hizo con entusiasmo: CK One generó unas ventas de cinco millones de dólares en sus primeros diez días. Su estética andrógina, minimalista y urbanita condesaba el look de toda una época y abrió un camino en perfumería que todavía hoy se recorre.

Así, impulsados por las reivindicaciones de la sociedad actual, el mundo de la perfumería ha dado un giro radical en la última década hacia una corriente de género fluido con productos más inclusivos. Si bien existe un sector que sigue eligiendo la segmentación entre perfumes masculinos y femeninos, se observa un cambio de mentalidad en cuanto a la percepción y la expresión de los géneros. El objetivo es que cualquier persona pueda identificarse, sin que nadie se sienta excluido.

Vivieron su primer auge en los años noventa bajo la etiqueta de unisex, pero ha sido con el nuevo milenio cuando han conquistado el mercado. En el siglo de la igualdad los perfumes de género fluido (*gender fluid*) marcan el ritmo. ¿El objetivo? Dejar atrás los roles tradicionales y proponer fragancias no binarias libres de estereotipos. Así es como se dinamitan las viejas normas... por narices.

En el sentido de las agujas del reloj empezando por el centro:

Sans Artifice de **GIVENCHY**. Su diseño se concibe abiertamente como «género libre» en forma y contenido; té blanco imperial, esencia de jengibre y bergamota, rosa centifolia y cedro. Como parte de 'La Collection Particulière' se inspira en la alta moda y se aprecia en detalles como la etiqueta que recuerda a la de la alta costura, anunciando el nombre de cada composición. Además de un servicio de personalización «hecho a medida» donde se puede elegir tapón o añadir una placa de oro o plata con iniciales grabadas. (199€)

Villa Nellcôte de **19-69**. Pomelo, infusión de té negro, violetas, cedro, pachuli y musgo. Inspirado en la esencia e historia de la mansión del siglo XIX ubicada en la Costa Azul de la que toma su nombre, famosa por ser el lugar donde se materializó 'Exile on Main Street' de The Rolling Stones, un perfume tan sorprendente y rebelde como moderno. (165€)

Magnolia Mobila de **ACQUA DI PARMA**. Bergamota, limón, rosa y cidra con un fondo a magnolia. Nacida en el Lago Como, se presenta como elegante y resulta atrevida y poco convencional como perfume sin género. (Desde 70€)

Sakura de **ACQUA DI PARMA**. La flor de sakura se une a notas de bergamota, pimienta rosa y jazmín sambac. Fresca, delicada y vibrante gracias a sus notas cítricas, te sumerge en un viaje olfativo que guarda con elegancia clásica su reconocible packaging. (Desde 87€)



SANS ARTIFICE
GIVENCHY

ACQUA
DI
PARMA

19-69
VILLA
NELLCÔTE
EAU DE PARFUM

ACQUA
DI
PARMA

MIRIAM ANAYA:

Los **TOP 5** productos que recomienda una maquilladora

(de los que se ha enamorado)

Tanto si quieres reformular tu rutina de cuidado facial, mejorar tu arsenal de maquillaje o darte un caprichito adicional, siempre vale la pena escuchar a los profesionales. **Miriam Anaya** nos revela cuáles son sus compras 'beauty' favoritas y los cosméticos que ha descubierto este año. Son cinco productos *top*, veganos y libres de crueldad animal.



La base de maquillaje SAIGU COSMETICS, con un 99% de ingredientes de origen natural, vegana y con envase de vidrio. "Es una base ligera, pero modulable, y se adapta perfectamente a la piel. Una de las cosas que más me gusta es que está formulada para todo tipo de pieles. Y no menos importante, hecho en España".

Styling spray MARIA NILA. "Una laca que desde que la probé viene conmigo siempre. Fijación suave para que el cabello siga teniendo movimiento. Y, además, contiene Guard Complex, que protege frente a los rayos UV y los radicales libres".

Make Me Shine Spray Gloss ELEVEN AUSTRALIA. "Un producto que conocí hace poco y ya estoy rendida a su olor, al brillo sutil y al aspecto sedoso que deja en el cabello. El producto se aplica de medios a puntas".

Aceite de Cáñamo ROWSE. Es 100% vegetal, prensado en frío sin perder sus propiedades. "Mi *tip* con este aceite es el siguiente: mézclalo con tu crema hidratante favorita para tener un extra de hidratación. Puedes usarlo si tu piel es oleosa, ya que es un aceite no comedogénico (no provoca acné)".

Hydra Calm GRUM. "Una crema hidratante que me tiene fascinada por su capacidad de adaptarse tanto a una piel seca como oleosa. Como curiosidad, destacar que la marca usa extractos de posos de café reciclados. El café es un ingrediente increíble para el cuidado de la piel".



¡PRESUME DE SONRISA ESTA NAVIDAD!

"Papa Noel puede hacer realidad casi cualquier sueño, pero **ALVARADO DENTAL CLINIC** te ayuda a mostrar tu mejor sonrisa estas Navidades"



1º VISITA, TAC 3D, DIAGNÓSTICO Y PLANIFICACIÓN DIGITAL GRATUITOS

TU SONRISA LISTA EN 7 DÍAS CON PRÓTESIS DEFINITIVA

- CIRUGÍA MÍNIMAMENTE INVASIVA
- SIN INJERTO DE HUESO
- SIN ELEVACIÓN DE SENO
- SIN CIRUGÍA DE COLGAJO
- SIN SUTURAS
- RECUPERACIÓN RÁPIDA



ALVARADO
DENTAL CLINIC



CONÓCENOS

6 Tips para comprar cosmética de forma inteligente

Por Miriam Anaya

No eres la única a la que se le acumulan productos cosméticos en el baño. Solemos comprar y comprar sin pensar. Ha llegado el momento de decir ¡BASTA! En esta nueva era en la que el planeta nos está pidiendo un respiro hay que ser responsables con nuestro consumo. Una forma de colaborar es siendo eficientes: comprar menos y mejor. Para ello hay que aprender. Aquí van 6 *TIPS* sencillos. Sigue estos consejos y no volverás a ver cajones abarrotados de productos caducados.



- 1. ¿Cuáles son nuestras necesidades?** Parece una pregunta fácil pero, realmente, cuando salimos de compras, ¿nos planteamos qué necesitamos o nos dejamos llevar por la publicidad? Detente y plantéate: **¿cómo es tu piel? ¿y tu cabello? ¿necesito una rutina con tantos pasos?...** Debes averiguar tus necesidades. Y no lo harás en una tarde: dedícale el tiempo que te mereces.
- 2. Anota.** Ya sea en papel o en tu *smartphone*, todo lo que consideres que debe contener tu neceser. ¿También a ti te sale una lista demasiado larga? No hay problema: lee el siguiente punto.
- 3. Investiga.** En pleno siglo XXI y a golpe de clic tenemos acceso a toda la información. Indagar es la mejor manera para que la **lista sea más reducida**. Llegarás a la conclusión de que no es necesario comprar tanto producto.
- 4. ¡Nos vamos de compras!** Probablemente éste sea tu momento favorito. Coge la lista y a la calle. Recuerda siempre ser fiel a tu búsqueda, quizás sea una tarea difícil, pero como todo en la vida se aprende. **Compra menos y mejor.**
- 5. Tienes que ser fuerte.** No te dejes seducir por otras marcas que no tengas anotadas. **Confío en ti.** Después de todo el trabajo que has hecho, toca ceñirse a la lista.
- 6. Los nuevos productos.** Ha llegado el mejor momento: usa tus nuevos cosméticos. Es hora de mimarse y probarlos. Recuerda que para que el trabajo esté bien hecho debes usarlos según indican los fabricantes. También es muy útil tener todo bien organizado y anotar la fecha de apertura del producto.



**TURKISH
AIRLINES**

DESCUBRE MÁS: AFRICA

CON LA COMPAÑÍA AÉREA QUE VUELA
A MÁS DESTINOS EN EL MUNDO



ZANZIBAR



MAURITIUS



SEYCHELLES

TURKISHAIRLINES.COM

A STAR ALLIANCE MEMBER  

LA Be B In za



FOTOGRAFÍA:
Palm Studio

PRODUCCIÓN:
Bianca Fuentes
y Juana Camps

FLORES Y VEGETACIÓN:
Floristería Feliu



De izquierda a derecha: crema facial en gel-crema sin aceites 'Moisture Surge 100 Horas auto-rehidratante' de **CLINIQUE** (43€); barra de labios con color intenso y efecto bálsamo hidratante 'Clinique Pop' de **CLINIQUE** (26,50€); sérum para pestañas que repara y fortifica 'Cils Booster Lash Revitalizing Serum' de **LANCÔME** (45,90€); colorete de origen natural y vegano de **MAMINAT** (15,95€); 'Idole Aura' con flores blancas, sal, rosas, jazmín y vainilla e 'Idôle' con rosa radical, jazmín y chipre blanco, con envase recargables y personalizables, todo de **LANCÔME** (desde 59€); sérum de labios 'Magic Serum Secrets Set' de **CHARLOTTE TILBURY**; labial mate de alta pigmentación con envase rellenable 'Le Rouge Velvet' de **GIVENCHY** (36€); jabón perfumado con extractos de raíz de acebo y musgo islandés 'Teint de Neige' de **LORENZO VILLORESI**.

Flor fresca de **FLORISTERÍA FELIU**; velas con soportes de cerámica artesanal de **MINNNA CANDLES**.



De izquierda a derecha: crema facial antioxidante e iluminadora 'Timexpert Radiance' de **GERMAINE DE CAPUCCINI**; colonia de aromaterapia para cuerpo y ambiente 'Eau Vitale Neroli' de **YANBAL** (20€); crema iluminadora para el contorno de ojos enriquecida con vitamina C 'Banana Bright' de **OLEHENRIKSEN** disponible en www.sephora.es (35.99€).

Flores preservadas y vegetación de **FLORISTERÍA FELIU**; soporte para vela de cerámica artesanal de **MINNNA CANDLES**.



De izquierda a derecha: champú 'Structure Repair set The Strong Mind' de **MARIA NILA** (54€); agua refrescante de rosa blanca, pimienta rosa, pomelo y cedro 'Fleur de Vigne' de **CAUDALIE** (desde 25€); contorno de ojos en textura gel que reduce bolsas, hidrata y protege de 'Anti-age Eye Cream' de **MUTI** (39,50€); sérum reductor de imperfecciones, desincrusta y minimiza los poros 'Sérum Salicílico 'Anti-Imperfecciones Vinopure' de **CAUDALIE** (29,90€).

Flores y vegetación de **FLORISTERÍA FELIU**; soporte para vela de cerámica artesanal de **MINNNA CANDLES**.



Empezando por el lateral izquierdo superior: sérum regenerador peeling de noche 'healthy-aging' de **LABORATORIOS BABE**; crema de día antimanchas 'Vinoperfect crème éclat anti-taches' de **CAUDALÍE** (31,90€); mascarilla facial sin aclarado que fortalece y protege de las agresiones diarias 'Mascarilla de noche reparadora y antiedad' de **KENZOKI**; aceite corporal perfumado con extractos de raíz de acebo y musgo islandés 'Teint de Neige' de **LORENZO VILLORESI**; sérum ligero con efecto antialérgico, calma la inflamación y la picazón 'Calm Down' de **MUTI**; crema hidratante intensiva de **KENZOKI**.

Soportes de cerámica artesanal para velas de **MINNNA CANDLES**.

En el sentido de las agujas del reloj empezando por el centro: mascarilla nutritiva con pigmentos de color no permanente 'Colour Refresh Cacao Intense' de **MARIA NILA** (17€); crema para ojos y párpados que alisa arrugas, patas de gallo, bolsas y ojeras 'Sentiva Extracto Divino' de **YANBAL**; ampolla flash "oil free" efecto anti-edad y reafirmantes 'Age complex' de **CASMARA**; gel de baño talla viaje 'Travel set Anti-stress' de **ALQUIMIA**; aceite 100% natural con certificado ecológico y vegano 'Sérum regenerador' de **MAMINAT** (39,95€); labial en acabado mate 'L'Absolu Rouge' de **LANCÔME** (18€); base de maquillaje de alta cobertura disponible en 45 tonos 'Teint Idole Ultra Wear' de **LANCÔME** (44€).

Flores preservadas de **FLORISTERÍA FELIU**.





De izquierda a derecha: acondicionador sólido con karité y aguacate de **MAMINAT**; sales de baño perfumadas 'Teint de Neige' de **LORENZO VILLORESI**; crema recuperadora ultra nutritiva de alto poder energizante y reequilibrante de día y noche para pieles muy maduras 'Q10 Rescue Intensive Nutri Cream' de **CASMARA**; ampolla flash "oil free" efecto anti-edad y reafirmantes 'Age complex' de **CASMARA**.

Flor preservada de **FLORISTERÍA FELIU**.

NUEVO ŠKODA FABIA



ŠKODA
SIMPLY CLEVER



**TU IMAGINACIÓN NO TIENE LÍMITES.
TU MUNDO TAMPOCO.**

Deja volar tu imaginación y descubre un coche más dinámico, más llamativo y mucho más conectado. El nuevo ŠKODA FABIA cuenta con tecnología de última generación para que nunca dejes de moverte. Un coche sin límites, como tu imaginación. Ven a descubrirlo.

Escanea para
descubrir más



Muévete siempre

[skoda.es](https://www.skoda.es)

Consumo de combustible gama FABIA combinado WLTP (l/100 km): 5,1-6,1 l/100 km, emisiones de CO₂ (g/km) WLTP: 115-138 g/km. 

AUTOCENTER LEVANTE Av. del Cid, 152 - Tel. 963 132 322 - Valencia

TERMÓMETRO IN & OUT

- _ Los años 90
- _ Los tejidos metalizados y satinados
- _ Revisar el pasado
- _ Los cuellos babero
- _ Los broches
- _ El color rosa, mágico y terapéutico
- _ Poner música de C. Tangana en cualquier desfile de cualquier pasarela
- _ El estilo *cottage* (botas de montaña con un cárdigan de punto grueso)
- _ Pagar seis meses de gimnasio por adelantado para obligarte a ir
- _ Las microfaldas, muy Britney Spears en los 2000

- _ Las riñoneras
- _ Almacenar ropa en el armario
- _ Utilizar gafas de sol cuando no hay sol, por muy interesante que te sientas con ellas
- _ La lycra en cualquiera de sus manifestaciones
- _ El color naranja, sólo apto para alcanzar la espiritualidad según algunas religiones
- _ Embutirse en un triquini, demodé desde siempre
- _ Dejar el gimnasio al cabo de dos meses con la excusa de que "me da hambre"
- _ Los maxibolsos con complejo de maleta
- _ Las zapatillas con plataforma
- _ El estilo *comfy* de pantalones *athleisure* y sudaderas con *blazers*

La valenciana 404 Studio gana la 18ª edición de Mercedes-Benz Fashion Talent



La firma valenciana 404 Studio se ha proclamado como vencedora de la 18ª edición de Mercedes-Benz Fashion Talent, un premio que pone en valor a los jóvenes diseñadores. Su fundadora y directora creativa, Anaïs Vauxcelles, se basa en la búsqueda de lo único mediante la creación de piezas de ropa hechas a mano, exclusivas y de edición limitada. A través del punto, la firma aporta una perspectiva más contemporánea a una técnica tradicional.

“Es una marca muy fiel a sus raíces y su ciudad natal, València, y además siempre busca sinergias con otros artistas y creativos locales”, han comentado los miembros del jurado. Otro de los puntos clave que han hecho de “La Planète Sauvage” la colección ganadora ha sido su gran puesta en escena, la calidad de todos sus diseños y complementos, desde joyas, bolsos y zapatos creadas en exclusiva para su desfile.

Una piel luminosa para brillar en las fiestas

El Serum Vitamina C antioxidante de Babaria será tu aliado para aumentar la luminosidad de la piel y reducir las manchas. Se trata de un producto que protege frente a la luz azul de los dispositivos móviles y frente a la polución. Además, estimula la síntesis de ácido hialurónico y del colágeno natural de la piel, mejorando la flexibilidad.





LA MOZAIRA



Momentos inolvidables



Un elixir de caviar, el secreto mejor guardado de la noche

Los científicos de La Prairie han creado una combinación única de retinol derivado del caviar y lípidos del caviar que funciona en combinación con el ritmo natural nocturno de la piel, ayudando a combatir la pérdida de vitalidad de la misma causada por la edad. La fórmula está además enriquecida con el Complejo Celular Exclusivo. Un frasco azul cobalto esconde un recipiente negro opaco en el interior que contiene la delicada fórmula. Generosa y de textura sedosa, se desliza por la piel y la reconforta con una lujosa sensación. Con el paso del tiempo, las líneas y arrugas parecen reducirse, la piel se ve más firme e hidratada, prolongando la potencia del caviar más allá de la noche.



MAX MARA 1951: Las gafas de sol en edición limitada que celebran los 70 años de la marca



Desde 1951, Max Mara ha descrito el viaje de la feminidad a través de colecciones que han retratado a una mujer en constante evolución, decidida y consciente. Para celebrar el 70º aniversario de la casa de moda italiana, Marcolin ha realizado para Max Mara Eyewear una gafas de sol que interpretan la esencia de la marca con elegancia e innovación. Un modelo exclusivo Made in Italy caracterizado por sus líneas armoniosas y por los detalles refinados, como una preciosa cadena que se transforma en una joya para llevar como accesorio.



Inyección de belleza

Casmara presenta su kit de belleza 2021 revitalizante que actúa como una inyección de vitaminas, minerales y oligoelementos esenciales para que la piel recupere su brillo natural. El pack incluye crema revitalizante hidratante anti-edad, contorno de ojos antiarrugas con efecto tensor y un masajeador ocular con tecnología iónica.





L'Estibador



Cásate mirando al mar mediterráneo, en un entorno privilegiado, en pleno Parque Natural de l'Albufera

PASEO DE LA DEHESA S/N, 46012 EL SALER, VALENCIA | T. 96 183 05 40 - 687 707 525 | WWW.LESTIBADOR.ES

VEN A DESCUBRIR NUEVO RTE JULIANA BEACH (SALER) GASTROBAR EN PLENO PARQUE NATURAL
TERRAZA SKY CON VISTAS AL MAR | T. 96 183 00 73

El CCCC apoya a la cultura a través de un libro sobre innovación



"Innovación desde el museo. Ensayos sobre emergencia cultural", presenta las reflexiones de veinte profesionales del sector cultural sobre la adaptación de la programación museística por la emergencia sanitaria

Aspectos relacionados con los vínculos entre museo y sostenibilidad, cine, arquitectura, residencias artísticas, domesticidad del centro de arte como lugar cotidiano para el pensamiento, los cuidados, la infancia, las familias diversas, el espacio para amplificar la voz de colectivos en riesgo de exclusión como lugar seguro y, especialmente, las narrativas transmedia.

El libro nos invita a pensar el museo o el centro de arte contextualizado en un proceso continuo de transformación de las conciencias, las ciudades y las sociedades. Con intención de sumar y aportar herramientas apoyando el presente para construir el futuro de un sector tan castigado como resiliente.

@cccc_centredelcarme
consorcimuseus.gva.es/centro-del-carmen

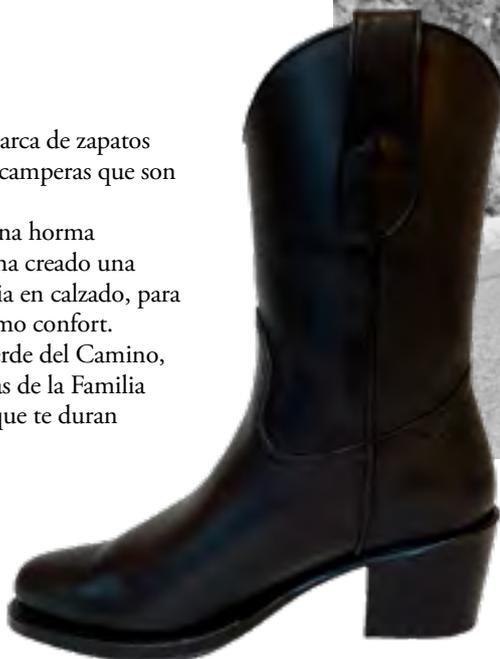
Taldersonne o "las botas camperas cuya calidad está a la altura de las de la Familia Real Británica"

La *influencer* **Paula Pallarés** y su marca de zapatos **Taldersonne** presentan unas botas camperas que son pura comodidad y calidad.

Con los mejores materiales y con una horma aprobada por podólogos, la marca ha creado una bota estilo cowboy, última tendencia en calzado, para enfrentarte al día a día con el máximo confort.

Un modelo hecho a mano en Valverde del Camino, el mismo lugar donde se fabrican las de la Familia Real Británica. Una de esas piezas que te duran como las de antes... toda la vida.

taldersonne.com
@taldersonne





MASIA DE XAMANDREU

Sencillamente excelente



FANTÁSTICAS PROMOCIONES PARA BODAS

COCINA PROPIA DE EXCELENTE CALIDAD - JARDINES CENTENARIOS - CELEBRACIONES PERSONALIZADAS



Acceso por Autopista A7 - Salida 321 dirección Bétera - Carretera cv 310 km 4 Godella
Tel. 96 363 84 43 | IG: masia_xamandreu | info@masiaxamandreu.com | www.masiaxamandreu.com

Les Llums de Vivers



Los históricos **Jardines de Viveros** se convierten éstos días en una experiencia inmersiva de espíritu navideño para todos los públicos con “**Les Llums de Vivers**”. Se trata de un espectáculo mágico de luz, historia y tradiciones. Al caer la noche este espacio se transforma en una experiencia sensorial donde millones de puntos de luz, ambientes sonoros y aromas nos trasladarán de forma inmersiva a diferentes momentos históricos, tradiciones y fiestas populares valencianas. El público de “Les Llums de Vivers”, descubrirá en este *Christmas Garden* diferentes instalaciones luminosas tematizadas que disfrutarán como niños. Hasta el 9 de enero del 2022.
lesllumsdevivers.com/es | [@llumsdevivers](https://www.instagram.com/llumsdevivers)



Vive la experiencia. vive Salvatierra



Nochevieja en Hotel Palacio Santa Clara



El **Hotel Palacio Santa Clara**, uno de los mejores ejemplos **Art Decó** y **Modernistas** que encontramos en Valencia ofrece para una de las noches más especiales del año, un exclusivo menú de Fin de Año. Una exquisita propuesta con multitud de platos y vinos para empezar el 2022 en el mejor ambiente y con buen sabor de boca.
Pascual y Genís, 22
[@palaciosantaclara](https://www.instagram.com/palaciosantaclara)



Vivesalvatierra nace de la ilusión de **17 negocios de la calle Conde Salvatierra**.

Lo que nos caracteriza a todos y nos hace diferentes al resto de las calles, es nuestro trato personalizado, de calidad. Negocios a pie de calle, muchos familiares y todos creados con mucho cariño e implicación.

Esta asociación con negocios de todo tipo de sectores, quiere dar visibilidad e impulsar los negocios de nuestra calle, emblemática donde las haya, con una arquitectura preciosa y en una zona de referencia en Valencia, junto al Mercado de Colón.

Con **Vive la experiencia, vivesalvatierra**, disfrutaréis de sorteos, descuentos y muchas más acciones junto a nosotros! En el QR encontraréis todos nuestros negocios.

[@vivesalvatierra](https://www.instagram.com/vivesalvatierra)



¡Da el SÍ QUIERO en Hotel Las Arenas Balneario Resort!

LAS ARENAS
BALNEARIO RESORT

★★★★GL

Hoteles Santos

LEADING
HOTELS



www.hotelvalencialasarenas.com

Hay un espacio
entre la realidad y los sueños.



El tiempo se detiene.
Y nosotros creamos las
condiciones para que acaricies
los momentos más especiales.
Un cóctel de sensaciones con
la mejor gastronomía, rodeado
de jardines y cuidando todos
los detalles.

L'Espai
VALENCIA NORTE

Avd. Aragón, 2. Poble de Farnals (Valencia)
Tels: 961 451 680 618 833 056
info@lespainorte.com lespainorte.com

WEDDING



ANOTHER SIDE

of

Bride

FOTOGRAFÍA: Lazarina Kanorova
ESTILISMO: Maya Vega
MODELO: Sophie Horbury González
MAQUILLAJE: Yulia Fernandez
PELUQUERÍA: Jesus Indriago
ASISTENTE DE FOTOGRAFÍA: Yass Cherki
PRODUCCIÓN: Guillermo Coll Ferrari





En la página anterior: vestido con lentejuelas de RAMÓN HERRERÍAS (2.995€) y sandalias de LODI (119€).
Sobre estas líneas: vestido 'Rebeca' con cuerpo tipo corsé de RAMÓN HERRERÍAS (3.100€) y *stiletto*s de satén de CLARA ROSÓN (214€).
En la página siguiente: pendientes con perlas de ANTON HEUNIS (90€); vestido plisado con capa de LEIRE VALIENTE (1.890€) y sandalias doradas de STEVE MADDEN (79€).







En la página anterior: vestido de encaje con perlas de LUIS INFANTES (2.100€) y sandalias de LODI (119€).
Sobre estas líneas: tocado de porcelana de YULIA YEREMINA (140€), vestido 'Daniela' con capa con LUIS INFANTES (1.750€) y sandalias de LODI (119€).

3 Maneras de decir SÍ, QUIERO

A cada novia su boda perfecta. Clásica, moderna, *vintage*, urbana... ¿Cómo te defines? Seguro que hay un espacio de boda que se adapta a tu personalidad. Aquí te presentamos lugares muy diferentes, pero con algo en común: convierten a cada novia en la única protagonista el día de su boda.

MASÍA XAMANDREU

Estilo campestre

Es el sueño de muchas novias: celebrar una boda a las afueras de la ciudad y disfrutar de una ceremonia en un paraje natural rodeada de sus seres queridos y amigos. Esta finca valenciana de naranjos del s. XIX no deja indiferente a nadie.

“Cada rincón tiene su historia para nosotros, toda la finca es preciosa, es alegre y con muy buen ambiente”, afirma Carmina Garrido. Rodeada de jardines bicentenarios, la finca encuentra el equilibrio perfecto entre una decoración sofisticada y romántica a escasos minutos del centro de València.

Hace unos años decidieron renovarla completamente para darle vida y compartirla con todos aquellos que buscan algo especial para una celebración. Desde entonces, su gran equipo de trabajo y una cocina equipada con las últimas tecnologías gastronómicas han convertido a la Masía Xamandreu en un referente en el sector nupcial.

El salón con chimenea, la imponente sala Pinazo, los interminables jardines o su majestuosa entrada bordeada de palmeras completan detalle a detalle el gusto por la perfección que define el conjunto de Xamandreu. Las posibilidades dentro de la finca son infinitas y el excepcional ambiente resulta de lo más íntimo y personal.

Y es que el estilo campestre conquista a muchas novias. Enclaves naturales, trenzas, flores, música. Con un vestido *boho* combinado con una camisa anudada a la cintura paseó una radiante María Pombo el día de su boda con su marido Pablo Castellano: caminos silvestres, aire puro, un profundo amor y el campo como testigo. En un ambiente similar, Margherita Missoni disfrutó de su enlace con una decoración llena de color.

Un sinfín de ideas atractivas que hacen del estilo campestre el favorito de novias con mucha personalidad.





1. ERDEM Vestido de algodón bordado (2.520€) 2. SAVE THE DATE PROJECTS Minuta 'Flores Secas' (desde 0,88€ c/u) 3. NETO Cerámicas para VILA HERMANOS Vela de soja 4. CHANTELE Sujetador con encaje 5. JAMIE WOLF Pendientes en oro y brillantes 6. ARBUSÀ JOYERAS Anillo en oro con rosetón y brazo de diamantes personalizable (1.030€) 7. LA TRASTERA Conjunto de lino, cubertería 'Zoe' y vajilla 'Chalk' 8. ABSOLUTA FLORA Ramo decorativo 'Pure' (desde 29,90€) 9. PURA LÓPEZ Zapatos 'Janie' (200€)



HOTEL BALNEARIO LAS ARENAS

Estilo *vintage*

Vestidos victorianos, encajes heredados y edificios históricos son las claves para una boda de estilo retro. La moda tiende cada vez más a la producción en serie, pero todavía quedan novias que buscan detalles con un valor intrínseco más allá de los dictados de las tendencias. Y si el *look* tiene un aire *vintage*, el entorno ha de ser acorde. Cada vez es más habitual recurrir a lugares marcados por la pátina del tiempo y cargados de notas de romanticismo, como el Hotel Las Arenas Balneario Resort. Un enclave que conserva la espectacular belleza arquitectónica del histórico Balneario Las Arenas, que fue fundado en 1898.

Se trata del lugar perfecto en el que darse el sí quiero más especial: bonitos jardines de más de 8.000 m², una ubicación privilegiada en València, las mejores vistas al mar Mediterráneo y una gastronomía a la altura. Su equipo con amplia experiencia en la organización de bodas hará todo lo posible para que pases el día más feliz de tu vida rodeado de todos tus seres queridos.

Relajarse en su spa es un auténtico placer. Su Circuito Bienestar de Hidroterapia es uno de los más destacados: ducha escocesa, sauna, poza fría, baño de vapor, fuente de hielo, ducha de aromaterapia, camas de burbujas, piscina activa, *jacuzzi* interior y exterior... Sin duda, el plan perfecto para recuperarse tras la fiesta nupcial.

También pone a disposición de las novias una serie de tratamientos para cuidar cuerpo y mente, con cabinas de aromaterapia, cromoterapia y musicoterapia donde se realizan terapias orientales y holísticas, cuidados faciales y corporales, masajes... Todo ello, de la mano de grandes profesionales y con productos de calidad de la marca cosmética Sisley y Hora Sexta.

El Hotel Las Arenas Balneario Resort tiene ese romanticismo retro que buscan las novias *vintage*. Solo tendrás que añadir un vestido con historia, puntillas heredadas, un broche de la década de los cuarenta, un sencillo encaje, y a las manos, un ramo con rosas de té y colores desgastados para que la combinación resulte perfecta.





1. CHAUMET Solitario de la colección 'Bee my love' con diamantes en talla emperatriz inspirados en los panales de abejas 2. JENNIFER BEHR Diadema con velo de red (440€) 3. CARINE GILSON Bata de chantilly 4. MARTA MARTÍ disponible en www.es-fascinante.com Conjunto de encaje con bordado a mano 5. ARTE PAPEL Place cards papel de algodón (9,30€ pack de 8) 6. SALVATORE PLATA Pendientes de plata y en pavé de circonitas blancas (85€) 7. FLORISTERÍA FELIU Ramo de estilo vintage 8. CHIE MIHARA Merceditas en acabado metálico 9. LAMCÔME Labial mate 'L'Absolu Rouge Intimate 212 Undressed' (37,50€)



RESTAURANTE L'ESTIBADOR

Estilo mediterráneo

Una boda en la playa es uno de los sueños más recurrentes de muchas parejas que quieren dar el 'sí, quiero' con el mar de fondo y la brisa marina soplando. La playa es única; es un paraje que enamora a los novios y que, al mismo tiempo, puede ofrecer un espectáculo sin igual a todos los invitados. Si eres amante de las bodas de estilo mediterráneo y quieres tener una fiesta especial, no lo dudes y ámate a celebrar una ceremonia de estas características en el restaurante L'Estibador.

Se encuentra situado en la valenciana playa de El Saler y forma parte del paraje natural de La Albufera, una extensión de agua dulce con un paisaje particular. Alrededor del lago se encuentran múltiples campos de arroz de los que se extrae este ingrediente, uno de los más utilizados en la gastronomía valenciana. Precisamente, la valenciana y por ende mediterránea, es el tipo de gastronomía que se practica en L'Estibador.

Solo necesitas añadir un vestido de novia fluido, alejado de la pomposidad, un peinado que resista la humedad y el viento, una decoración bohemia, colores cálidos con el blanco como tono principal, así como elementos decorativos que hagan referencia a la costa: conchas, estrellas de mar, redes de pesca, farolillos, tarros de cristal, velas, telas vaporosas... y ya tienes tu boda de ensueño frente al mar.

1. ALHAJA Pendientes 'Santa Catalina' (49€) 2. ANNA OCTOBER disponible en www.modaoperandi.com Vestido encolado (798€)
3. ZADOR disponible en www.purenichelab.com Jabón 'Winter Spirit' (12€) 4. CABANA CAPRI Pieza para sujetar el mesero 5. ANTIQÜA Sortija 'Maiwen' en oro con brillantes (730€) 6. MH Studios Libro de firmas personalizable (100€) 7. CULT GAIA Mules 'Lyla' (390€)





Un lugar único para tu banquete de boda



En **La Mozaira** encontrarás el entorno ideal para que ese día sea inolvidable. Puedes elegir si prefieres que el banquete se celebre en su espectacular jardín, rodeado de flores y árboles, o en sus amplios salones interiores. Cada zona de su hotel desprende tranquilidad, armonía y bienestar, ya que cuidan hasta el más mínimo detalle. Su equipo de profesionales trabaja con la mayor dedicación para organizar el banquete de tus

sueños. Te ayudarán y asesorarán en cada paso y te ofrecerán las mejores soluciones para que el resultado final sea excepcional.

Camino del Magistre, 50 – 46120 Alboraya.

T. 96 185 09 24. Más información: lamozaira.com



Flor preservada, seca y diseñada

LA TENDENCIA TOP QUE SE HA INSTALADO CON FUERZA



Desde hace un tiempo se ha ido innovando en los diseños florales de las bodas, apostando cada vez más por la flor seca, preservada y diseñada. Nos cuentan esta tendencia Melani y Adah Calabuig de **Boheme Sensations**.

Han sido dos años los que ha tardado esta tendencia en estar presente en “Días B”, y aunque no va a sustituir a la flor natural, sí es verdad que muchas parejas optan por este tipo de decoración.

La ventaja es la durabilidad y su variedad de diseños; otro de sus puntos fuertes es que se pueden hacer muchas pruebas porque el material no se daña y en días calurosos te aseguras que las flores no se van a pochar ¡incluso te puedes llevar tu ramo y conservarlo de recuerdo!

Con esta tendencia floral las hermanas Calabuig hacen maravillas, tanto por sus texturas, colores, tamaños y fortalezas, les da la posibilidad de crear ambientes totalmente diferentes y perfectos: ambientes empolvados, rockeros, majestuosos, campestres, navideños, estacionales...

bohemesensations.com
[@bohemesensations](https://www.instagram.com/bohemesensations)



Dónde degustar cada una de las comidas del día si quieres ser el sibarita de turno

Por Elena Fernández @abocadomio

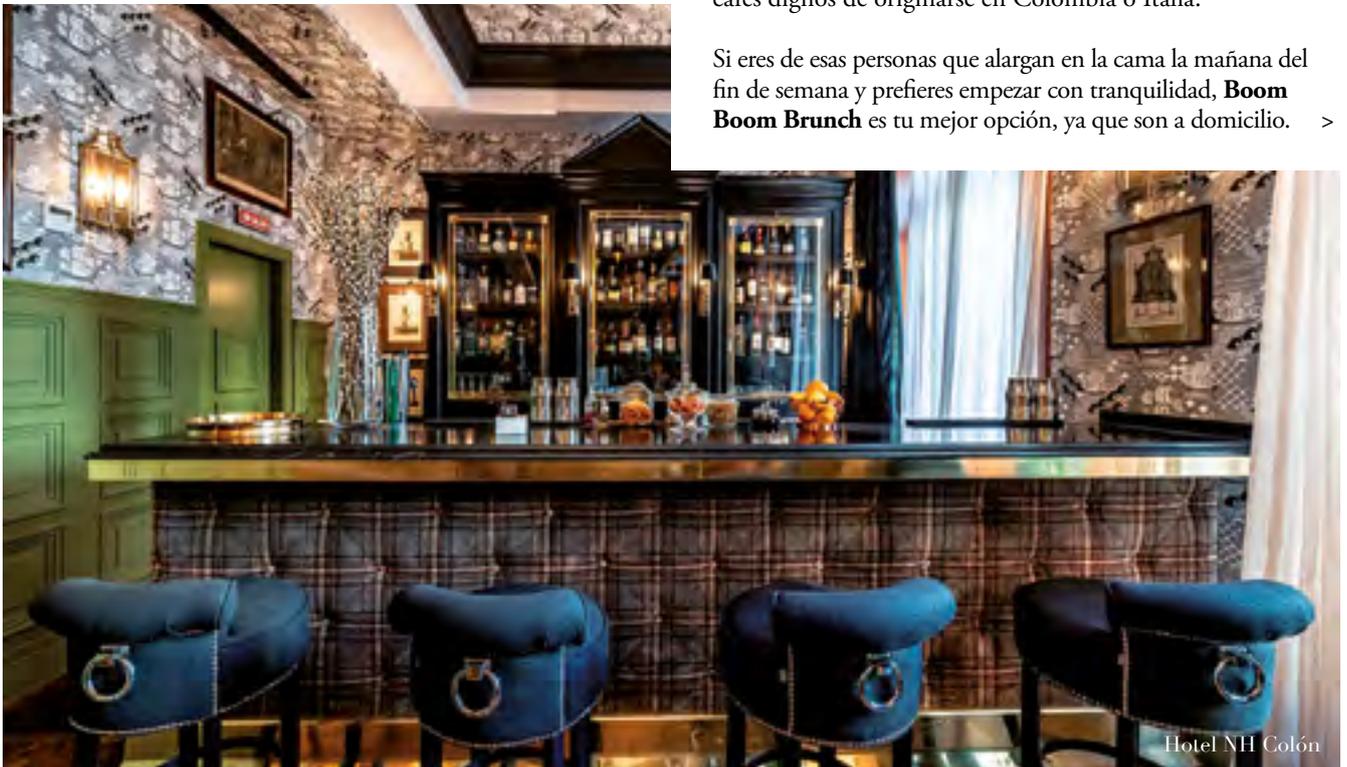


Terraza del Palacio Santa Clara Hotel

No me gustan las comparaciones, pero desde hace tiempo València se parece a la ciudad más cosmopolita de España y de la cual no vamos a dar el nombre, la intriga siempre ofrece magia. Nuestra ciudad sigue liderando los ránquines de mejor ciudad del mundo para vivir y no es para menos: más allá de la relación calidad-precio que podemos encontrar en alquileres, restaurantes o precio medio del supermercado, la ciudad del Turia no deja de reinventarse y de crear espacios gastronómicos mezclados con belleza, luz y sabores modernos.

Es lo que ocurre con **Los Picos Café** (cómo no, en Ruzafa): atrás quedaron los desayunos típicos de tostadas. Esto es otro nivel. *Brioche*s tostados con mantequilla y mezclas picantes, tostadas de temporada como la de dulce de higos o platos fuera de carta, que no entiendo muy bien por qué no son fijos, como la *focaccia* de tomate, burrata y pesto. Además de tener clásicos como el sándwich mixto y unos cafés dignos de originarse en Colombia o Italia.

Si eres de esas personas que alargan en la cama la mañana del fin de semana y prefieres empezar con tranquilidad, **Boom Boom Brunch** es tu mejor opción, ya que son a domicilio. >



Hotel NH Colón

nou
Raco



Para toda la vida

Ctra El Palmar, 21 Valencia | www.nouraco.com



961 620 172 | eventos@nouraco.com

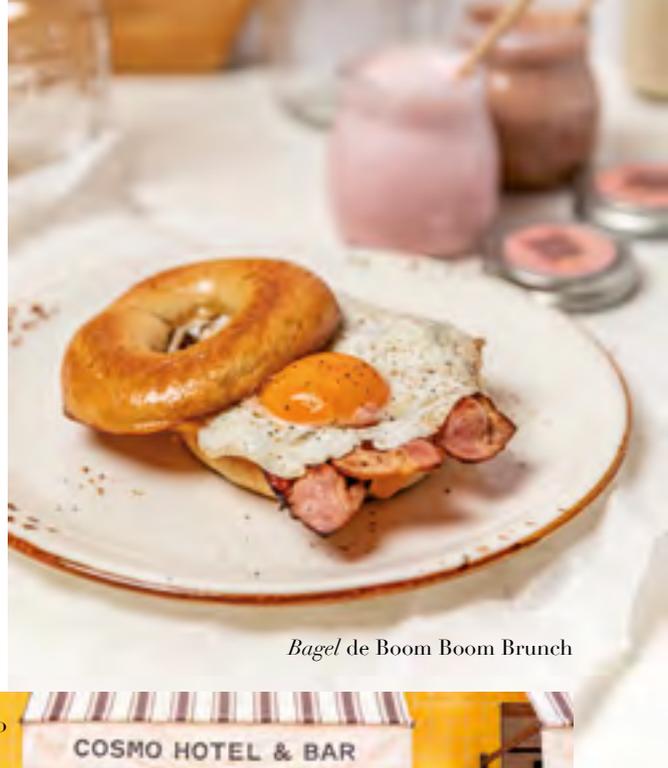
< Tienen de todo y mucho más: *bagels*, tablas de embutidos, tortitas, tartas y hasta productos típicos de una fecha señalada, como las míticas monas de Pascua. Además, todo esto acompañado de zumos o *smoothies*.

A las 13 horas y antes de comer, qué mejor que tomarse un buen aperitivo en la terraza del **Palacio Santa Clara Hotel**. Un hotel espectacular donde disfrutar en la última planta de un espacio muy agradable, con piscina y unas vistas dignas de visitar. Y lo mejor: cuentan con coctelería de autor para empezar el mediodía de la mejor manera. Pide tu favorito.

Otro de los secretos de nuestra ciudad es el **Hotel NH Colón**, donde pasar una tarde agradable tomando un buen vino. Con el atardecer, puedes ir los días que cuentan con música en directo y todo esto hacerlo después de una maravillosa tarde de compras, ya que el espacio se encuentra en mitad de la calle Colón, pero sin el bullicio del centro.

Por último, **Bar Cosmo** ha abierto sus puertas y todavía puedes convertirte en la persona de referencia que lo recomiende. Con suelos *vintage* y una decoración muy minimalista y sobria, el restaurante del hotel ofrece platos acordes a su estilo. Son flexibles a la hora de dejarte elegir si quieres tapa o ración de los entrantes, lo que permite robar muchas cosas, y tocan todos los palos, desde lo vanguardista como el sándwich de pastrami o tosta de solomillo con foie y salsa de Pedro Ximénez hasta lo más clásico con croquetas de jamón, ensaladilla rusa o salpicón de marisco.

Así que ya sabes, si no eres sibarita es porque no quieres, ¡los sitios de moda ya sabes cuáles son! ●



Bagel de Boom Boom Brunch



RESTAURANTE EL MODERNISTA: un tributo a los felices años 20 y la arquitectura de la época

Dentro del Hotel Palacio Santa Clara, en el ensanche valenciano y bajo la marca del grupo Marriott International, aterriza en València El Modernista. Este restaurante mantiene el espíritu del inmueble, diseñado en 1916 por el arquitecto valenciano Francisco Javier Görlich, con un diseño inspirado en los felices años 20, guiños a la naturaleza a través de papeles pintados, lámparas de vidrio con motivos vegetales y materiales nobles.

En su carta se puede disfrutar de un arroz a banda, arroz cremoso de acelgas, espinacas y algas (adaptación del típico *arròs amb bledas*) y otros platos característicos de la cocina mediterránea como la coca de *dacsa* con anguila ahumada, aguacate y romesco o *all i pebre* de pulpo cremoso.

Un tributo al modernismo valenciano que representó el color y la alegría de una época.



“Vuela alto,
tan alto
que tu sueño
alcances”



Ser cómplices de tus sueños.
Elevarte a lo más alto para
distinguirte. Descender hasta el
mínimo detalle. Tu boda en Masía
Aldamar es garantía de éxito. Ven y
descúbrela.

MASÍA 
ALDAMAR
Chiva

EL ALTO
Desde 1982

grupoelalto.com

OXXO SHOWROOM 115

MURPROTEC

Tratamientos definitivos contra la humedad

Aunque por fuera se vea bien, su interior pone en juego tu salud.

Las humedades son como las naranjas y no podemos quedarnos con la primera impresión.

Cuando vas al mercado, siempre te encuentras con alguna persona escogiendo las naranjas más coloridas y brillantes pensando que son las mejores. Pero cuando llega a casa y abre las naranjas, descubre el verdadero estado en el que se encuentran. Con las humedades ocurre lo mismo, no sirve con arreglarlas visualmente. Cuando hacemos un arreglo estético de las humedades, aparecen manchas al poco tiempo. Las enfermedades respiratorias crónicas y el moho reaparecen perdiendo cualquier seguridad del hogar, incluso a nivel estructural.

Es imprescindible eliminar de raíz los problemas de las humedades y únicamente confiar en los profesionales que garanticen el tratamiento por escrito.

No tomes decisiones al azar, decide por la efectividad garantizada al 100%.



*Solicita tu diagnóstico gratuito,
personalizado, in situ y sin compromiso*

900 218 218
www.murprotec.es

IDEADO
FABRICADO EN
EUROPA



CONDENSACIÓN



CAPILARIDAD



FILTRACIONES



CALIDAD DEL AIRE



Más de
65
AÑOS DE
EXPERIENCIA
DESDE 1954

Delegaciones Murprotec en: España,
Portugal, Francia, Bélgica, Holanda,
Italia, Suiza y Luxemburgo



Empresa líder del sector
con certificación
ISO 9001

Fotografía: Lazarina Kanorova
OXXO WEDDING n°10
Fotografía: Carlos Villarejo
Estilismo: Bianca Fuentes
MUAH: Victor Maresco *para* Bumble
& Bumble y Mac Cosmetics
Modelo: Victoria (TREND MODELS)
Producción: Juana Camps

Guía Vip

AURORA REIG

Cirugía Plástica, Estética y Reparadora

Martínez Cubells, 10 | T. 96 352 76 50
colсульта@aurorareig.com | aurorareig.com

Con casi 25 años de experiencia en el campo de la cirugía y la medicina estética, la Doctora Aurora Reig es un referente en Valencia como especialista en cirugía plástica, estética y reparadora. Ofrece a sus pacientes trato personalizado, asesoramiento integral y tratamientos mínimamente invasivos con los últimos avances técnicos y médicos, para garantizar unos resultados armoniosos que realcen la belleza natural. MIembro SECPRE



CENTRO WELLNESS DR. SERRANO

Gravador Esteve, 8 | T. 96 352 83 23 / 667 963 546
centrowellnessdrserrano.com | Horario: lunes a viernes de
10:00 a 20:00 h - sábados: 10:00 a 19:00 h

Ofrecen un universos de belleza y bienestar para ti en el centro de Valencia. Gracias al prestigiado trabajo del Dr. Serrano y sus innovadores y mundialmente premiados productos de dermocosmética, junto a la más innovadora aparatología, conseguirás unos resultados maravillosos. Con las técnicas más avanzadas realzarás tu cuerpo para elevar tu belleza: reducción, tonificación, celulitis... todo lo que necesites. Además, los masajes wellness te proporcionarán una sensación placentera inigualable.



EDIT 32

Conde Salvatierra, 32 | T. 96 204 63 42 | edit32store.com

Una boutique donde encontrarás las mejores marcas internacionales emergentes e independientes con un estilo único y atemporal. Piezas de ropa que destacan por su calidad y diseño y que están pensadas para una mujer con estilo propio, para que puedas componer un fondo de armario actual y exclusivo. Apuestan por la sencillez, el estilo minimalista, la elegancia y el buen gusto. En su tienda te asesorarán de manera personalizada para que encuentres justo lo que estabas buscando.



MÁS MIA

Cirilo Amorós, 65 | T. 96 214 35 34 / 698 989 682
mas-mia.com

Una marca pensada para hacer que las mujeres se sientan guapas y pisen fuerte, porque cada prenda está elegida teniendo en cuenta este objetivo. Blusas, camisas, bolsos, pantalones, vestidos... moda hecha para conquistar el mundo, dar un paseo, ir a trabajar o salir con tus amigos o pareja. Sus colecciones te aportarán la energía que transmite Más Mía y te dará el empujón para conseguir eso que quieres.



SIMORRA VALENCIA

Jorge Juan 3 | insta @simorraofficial
simorra.com T. 96 394 41 11 / 691 339 363

SIMORRA, una historia de pasión por el diseño. El proyecto de un diseñador de Barcelona que fundó la firma en 1978 con un objetivo claro: vestir a la mujer contemporánea con un estilo propio. Una misión que ha seguido siempre presente hasta nuestros días: crear piezas de alta calidad y perfectamente diseñadas para perdurar.



SIE7E JEWELS GALLERY

Hernán Cortés, 28 | T.675 551 741 | sietegallery.com |

Siete Gallery auna arte y joyería. Como muestra, su tienda, donde jaulas de cobre se asoman tímidas a los grandes ventanales, desvelando su coronación en el interior. El mármol indica el camino hacia un jardín mediterráneo, y los minerales, las piedras talladas y las joyas comparten expositor remarcando que en esta galería, se fusionan todas las áreas involucradas en la creación de joyas. Sus piezas, elaboradas por las manos expertas de orfebres, se trabajan de forma tradicional y artesana para que cada diseño sea único. Cada joya está pensada para mujeres que buscan algo diferente, que no tienen miedo a llenar sus looks de color y sobre todo que aman sentir y transmitir belleza. Un equilibrio perfecto entre clasicismo y vanguardia, apostando por diseños de líneas muy elegantes, con materiales de primera calidad, perfectas para todas las ocasiones.



SALVATORE PLATA SHOP VALENCIA

Conde Salvatierra 22. T./whatsApp: 606 462 922
salvatoreplata.es | IG: @salvatoreplatashopvalencia
shopvalencia@salvatoreplata.es

En Salvatore Plata podrás encontrar L'Atelier, la colección más íntima de Salvatore Plata para esta primavera-verano 2021, donde el arte más libre renace e inspira cada joya. Joyas de origen valenciano de diseño propio, realizadas en plata de ley, desde piezas más enfocadas a eventos para novias e invitadas como minijoyitas de estilo más trendy como Miscellany, el best seller de la firma. Pendientes de arito en varios tamaños y acabados con charms para crear tus propios diseños y combinaciones y ahora como novedad Los nuevos Miscelany Chain, los colgantes del verano y los nuevos cierres de cadenita con piedra.



SPAGNOLO MODA

Pascual y Genís, 111 T. 96 352 50 05 | spagnolo.es

Una marca que no para de evolucionar, para ofrecerte la mejor moda, calzado y completos made in spain para hombre, mujer y niños. Podrás encontrar en todas sus tiendas las últimas tendencias adaptadas a todos los gustos, necesidades y estilos actuales. Desde sus famosos polos, hasta camisas, chalecos, pantalones... todo ello con una excelente relación calidad precio que te encantará.



SYSTEM ACTION

Jorge Juan, 22 | T. 96 331 44 20 | systemaction.es

Una marca donde encontrarás las últimas tendencias en moda mujer. Disponen de una selección de prendas casual con fibras textiles naturales, cómodas y muy suaves para una mujer actual y que quiere pisar fuerte en su día a día. Jerséis, vestidos, camisas, blusas, zapatos, complementos, accesorios... encontrarás todo para adaptarse a todos tus gustos.



THE NORTH FACE

Conde de Salvatierra, 27 | T. 96 311 91 51 | thenorthface.es

En The North Face encontrarás todo tipo de ropa urbana para el día a día con moda de hombre, mujer y niños. Sus colecciones ofrecen un equilibrio perfecto entre comodidad, funcionalidad y estilo, trasladando al entorno urbano modelos de alta calidad inspirados en las últimas tendencias.

Tanto su ropa como calzado están pensados para cualquier tipo de actividad, dentro y fuera de la ciudad. Una apuesta por la calidad, la tecnología, la innovación y el equipamiento.



YACARE

Jorge Juan 8.
T. 96 351 18 02 @
@Yacare_shoes
yacare.es

AUSTRIA 36

Juan de Austria 36.
T. 96 352 0183

ZAPA

Juan de Austria 34
T. 96 394 17 83



Tienda multimarca de zapatos, bolsos y complementos para mujer y hombre. Ofrecemos moda que se adapta a la vida de la mujer y hombre actuales y a su comodidad. Descúbre todas las tendencias en nuestros diferentes espacios de Valencia o compra en nuestra tienda online.

UN SECRETO TIENE MUCHOS CULPABLES

TODOS MIENTEN

UN THRILLER CREADO POR PAU FREIXAS

28 ENERO

original 

SEIS deseos

PDEPAOLA
Pendientes
de eslabones
(125€)



EDIT 32
Americana
cruzada



**ESSENTIAL
HOME**
Silla 'marco'



DOAM
Pantalón
tipo sastre



NANUSKA
disponible en
GOOD KARMA
Bolso preloved
(160€)



CHIE MIHARA
Mocasin
bicolor





ART CONTEMPORANI DE LA GENERALITAT VALENCIANA

IV

Alejandro Casanova + Alejandro Mañas
Alex Marco + Amanda Moreno + Angeles Marco
Carmen Calvo + Carmen Ortiz + Carolina Ferrer
Chema López + Claudia Martínez + Concha Ras
DimasIA + Elena Aguilera + Elena Martí
Ester Fogueroles + Iluminada Garcia-Torres
Jesus Herrera + Josep Pedrós i Binestar
Juan Carlos Nadal + Juan Fabuel + Juan Ortí
Julià Galim + Laura Pelau + Lluç Margrau
Lluis Miró + M Beme Silvestre
Miguel Calatayud + Nuria Fuster + Nuria Rizza
Oliver Johnson + Pablo Auladell + Roberto Mollà
Sergiu Berrera + Silvia Lerin + Silvia Semuren
Vicente Ortí + Virz Peal Fraz

Centre del Carme
Cultura Contemporània
Fins al 23.01.2022

C / Museu, 2. València. Entrada gratuïta
www.consorcimuseus.gva.es

AQUÍ ESTÁ LA NAVIDAD



CHRISTMAS EXPLORERS



AQUA

MULTIESPACIO