



# sibarita

news

AGCV celebra su 10º aniversario  
promoviendo la excelente  
cocina valenciana

AGCV  
celebrates  
its 10<sup>th</sup>  
anniversary  
promoting  
the  
excellent  
valencian  
cuisine

Photo: Quique Villanueva



la **entrevista**

Entrevista / Interviewing Arturo Mora, Ceramista / Potter **pág. 6-7**





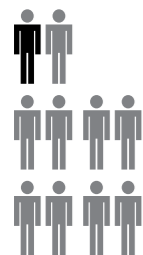


**1,2% más de ventas.**  
Las ventas del comercio minorista de la Comunitat Valenciana crecieron nuevamente en junio, según. Los índices del Comercio al por Menor del Instituto Nacional de Estadística.

**7,6% más de turistas nacionales.** Los turistas españoles realizaron 8,1 millones de desplazamientos a la Comunitat Valenciana durante el primer semestre de 2014, según el Instituto de Estudios Turísticos.

**1,2% more sales.**  
According to the indices of retail trade from the National Institute of Statistics, the retail sales of the Comunitat Valenciana increased again in June.

**7.6% more local tourists.**  
During the 1st semester of 2014, Spanish tourists made about 8.1 million trips to the Comunitat Valenciana, according to the Tourism Institute.



Por Hraira, N.  
Redactor/writer

La Muestra de Cine sobre cerámica, que se realiza anualmente en el marco de la Feria Internacional de Cerámica y Alfarería, ha dedicado las proyecciones de este año a la cerámica oriental. Las dos proyecciones seleccionadas para este año son:  
- *Being with Clay* (Una vida de arcilla), donde una artesana de 85 años de la minoría Li, de la provincia de Hainan en el sur de la China, muestra cómo se ha mantenido hasta hoy en día la primitiva técnica neolítica de fabricación de la cerámica.  
- *Potters at work* (Alfareros trabajando), proyección que explica la manera ancestral de trabajar de los alfareros rurales de Japón, concretamente de los pueblos de Onda y Koishibara, en la región de Kyushu. Dos joyas documentales de difícil acceso que forman parte de las actividades organizadas por el Museu del Càntir de Argenton (Barcelona) para promover la cerámica.



**Exposición "Artesanía Viajera"**  
Pretende ser un homenaje a esta tradición exportadora, y al esfuerzo hecho por nuestros artesanos por llevar sus productos más allá de nuestra Comunitat. Hasta diciembre de 2014, en el Centro de Artesanía de la C. Valenciana.



**Traveling Craftsmanship Exhibition**  
It's a tribute to this exporting tradition, and to the efforts made by our craftsmen to present their products beyond the borders of our Region. Until December 2014, at the Craftsmanship Center of the Comunitat Valenciana.



**Nueva tienda artesana en Benicàssim**  
Este verano, la Asociación Provincial de Artesanos de Castellón abre una tienda de artesanía en Benicàssim; Cerámica, bisutería, alpargatas, turrón, etc. podrán adquirirse en la Calle Santo Tomás, nº 127.



**New artisanal shop in Benicàssim**  
This summer, the Castellón Provincial Association of Artisans opens a Store of artisanal products in Benicàssim; Pottery, jewelry, shoes, turrón, etc. can be acquired in this new space located in Santo Tomás Street, No. 127.

La importancia de la artesanía "por su base tradicional e innovadora"

La directora general de Comercio y Consumo, Silvia Ordiñaga, destacó durante la reunión constitutiva de la Comisión de Artesanía de la Comunitat la importancia de la artesanía "por su base de tradición y cultura", pero también de empresas artesanas "diferentes e innovadoras" que están funcionando en los mercados y realmente son "fundamentales" para nuestra economía. Durante la primera reunión se revisó el repertorio de los más de 99 oficios de artesanos y se presentó la nueva imagen de "Artesanía de la Comunitat Valenciana".

*The Craftsmanship importance "for its traditional and innovative base"*

During the inaugural meeting of the Comunitat Valenciana Craftsmanship Committee, the Director General of Trade and Consumer Affairs, Silvia Ordiñaga highlighted the importance of craftsmanship "for its tradition and culture base," but also of the "different and innovative" crafts companies in the market and which are really "fundamentals" for our economy. During the first meeting, the Committee revised the repertoire of more than 99 artisans' professions and presented the new image of "Craftsmanship of the Comunitat Valenciana".



feriayaela.com/

**Yecla, certamen decano del mueble**

Por Cano, Antoni J.  
Redactor / News Editor

La Feria del Mueble de Yecla trabaja para convertirse del 24 al 27 de septiembre en el escenario de referencia en España para la internacionalización del sector. En la pasada edición, se alcanzó un centenar de expositores, que atrajeron más de 2.500 representantes de 1.600 empresas del sector. Aunque la participación nacional sigue siendo mayoritaria, la representación foránea también fue importante con la presencia de una veintena de países extranjeros -Alemania, Brasil y Portugal-.

*Yecla, the Main Contest of the furniture*

The Yecla Furniture Fair works to become from the 24th to 27th of September in the reference scenario of Spain for the internationalization of the sector. Last year, hundreds of exhibitors brought more than 2,500 representatives from 1,600 companies in the sector. Although the national participation still remains the majority, the foreign was also notable with the presence of muchos foreign countries such as Germany, Brazil and Portugal.

## Fundesarte: Forma a las refugiadas palestinas Trains the palestinian refugees

Por Giménez, J.A.  
Redactor/Editor

La formación en diseño de productos con técnicas artesanales y su comercialización son los dos aspectos que centran la colaboración de la Fundación Española para la Innovación de la Artesanía (Fundesarte) en el proyecto "Empoderando económicamente a las refugiadas palestinas del Líbano en riesgo de exclusión social" liderado por la ONGD Cives Mundi. Este proyecto, financiado por la Comisión Europea, pretende mejorar la calidad de vida de las mujeres artesanas palestinas que viven en los campos de refugiados de el Líbano, que además de la situación particular en la que habitan cuentan con dificultades económicas y se encuentran socialmente desfavorecidas. Las beneficiarias son artesanas bordadoras del Tareez tradicional palestino, que habitan en los campos de refugiados palestinos de Rashidieh (Tiro), Ein El Helwe (Saida) y Beddawi (Típoli).



facebook.com/tareezproject



The training in product design with artisanal techniques and its commercialisation are the two aspects that the Spanish Foundation for Innovation of Craftsmanship (Fundesarte) focuses on in its collaboration to the project "Empowering economically the Palestinian refugees in Lebanon at risk of social exclusion" led by the NGO Cives Mundi.

This project, funded by the European Commission, aims to improve the quality of life of Palestinian artisan women who live in the refugee camps of Lebanon. In addition to the particular situation in which they inhabit, the Palestinian artisan women have financial difficulties and are socially disadvantaged. The beneficiaries are the artisan needlewomen of traditional Palestinian "Tareez", who are living in the Palestinian refugee camps Rashidieh (Tyre), Ein El Helwe (Sidon) and Beddawi (Típoli).

The Ceramics Film Festival, which is organized annually as a part of the International Ceramics and Pottery Fair, has dedicated the projections of this year to the oriental pottery. The two selected projections for this year are:  
- *Being with Clay*, where an 85-years-old potter from the Li minority in southern China's Hainan province shows how she has kept alive their pottery technique originating from the Neolithic Age.  
- *Potters at Work*, a projection that displays the ancient method of the rural potters' work, specifically in the traditional pottery making villages, Onda and Koishibara on the island of Kyushu in Southern Japan  
Those are the two inaccessible prestigious documentaries which form part of the activities organized by the Museu del Càntir in Argenton (Barcelona) for promoting Ceramics.



# Ceramistas rusos en Manises

## Russian potters in Manises

Por Molina, L.  
Redactor/Writer

El Centro de Artesanía de la Comunitat Valenciana acoge hasta el 12 de septiembre la exposición "Casa Rusa: artes aplicadas de pintores ceramistas de Moscú. Intercambio e interpretación de la pintura tradicional de Manises", que reúne Obras de un grupo de ceramistas

artesanos procedentes de Moscú que ha realizado un curso en la empresa "La Cerámica Valenciana" para aprender a utilizar las técnicas y los colores propios de la pintura tradicional de Manises.

La exposición presenta, por un lado, trabajos realizados por artesanos rusos

de reconocido prestigio especializados en artes aplicadas como la cerámica, el vidrio o la porcelana, materiales sobre los que utilizan la pintura tradicional rusa "Pálej" y "Gzhel". Este es el primer intercambio que organiza la Asociación Cultural "Art Fazenda" con la Comunitat Valenciana.

na. Esta iniciativa ofrece a artesanos y artistas rusos de diferentes disciplinas la posibilidad de conocer directamente la artesanía propia de otros países.



The Valencian Community and Crafts Centre presents, until September 12th, the Russian House: applied arts of pottery-painters from Moscow. Exchange and interpretation of traditional Manises painting exhibition. This event brings together works of a group of potters from Moscow who has completed a business course in La Cerámica Valenciana to learn how to use the techniques, colors and traditional painting of Manises' pottery.

The exhibition presents works by recognized Russian craftsmen specialized in applied arts such as pottery, glass or porcelain on using traditional Russian painting "Palekh" and "Gzhel". This is the first exchange organized by the "Art Fazenda" Valencian Cultural Association. This initiative offers Russian craftsmen and artists from different disciplines the opportunity to know directly the typical craft of different countries.



lcvgimeno.es



artfazenda.com

# La "Artesanía Española de Vanguardia" llega a Elche



artesianiadevanguardia.fundesarte.org



La exposición que recoge alguno de los referentes más vanguardistas de la artesanía española se podrá ver en el Centro de Congresos "Ciutat d'Ex" durante los meses de verano. La muestra nace como continuación del libro homónimo "Artesanía Española de Vanguardia", escrito por la periodista cultural especializada en diseño Tachy Mora, y promovido por Fundesarte en 2011. Más información en Fundación EOI.

The "Avant-garde Spanish Crafts" arrives to Elche The exhibition which includes some of the most contemporary models of Spanish Crafts can be seen in the "Ciutat d'Ex" Congress Centre during the summer. The show is a second presentation of the eponymous book "Cutting Edge Spanish Crafts", written by the design journalist Tachy Mora, and promoted by Fundesarte in 2011. More information on EOI Foundation.

**sibarita**  
news

Sibarita News  
El periódico de la Artesanía  
The newspaper of the Craftsmanship  
Redactor Jefe / Editor in chief:  
José Antonio Giménez  
Editor de noticias / News editor:  
Antoni J. Cano  
Coordinador administrativo / Administrative coordinator:  
M<sup>a</sup> José Simeón  
Colaboradores / Contributing writers:  
Laia Vila Espí, Lucía Molina Iniesta, Nabil Hraira  
Diseño gráfico / Graphic design:  
Ana Yago  
Publicidad / Advertising:  
sibaritanews@sanserif.es  
t. +34 963 466 406  
Edición / Publishing:  
Sanserif Creatius SL  
C/ Milagrosa,22 - 46009 Valencia, Spain  
t. +34 963 466 406 - www.sanserif.es  
© de los textos / texts copyright:  
sus autores / owned by their authors  
© de las fotografías / pictures copyright:  
sus autores / owned by their authors  
Todos los derechos reservados  
All rights reserved  
Printed and bound in the European Union

VILA HERMANOS  
The spanish perfume house  
Since 1884

P.I. La costera Ctra Palomar-Atzeneta s/n  
46869 Atzeneta de Albaida Valencia España  
+34962901560 +34962390648  
www.vilahermanos.com  
vilahermanos@vilahermanos.com

Tu Longueras de siempre a precios de nunca

C/ Conde Salvatierra 6. 46004 Valencia t. 960 712 685  
[También en C/ San Vicente, 23 t. 963 943 525]

**LLONGUERAS ELITE**

color 27€  
**24<sup>90</sup>€**  
\*(de lunes a jueves)

champú masaje peinado 19€  
**14<sup>90</sup>€**  
\*(de lunes a jueves, de 9:00 a 15:00h)

champú masaje peinado + corte 33€  
**25<sup>90</sup>€**  
\*(de lunes a jueves)



Continuador de una saga de ceramistas de la que se conserva una línea directa que alcanza hasta principios del siglo XIX, Arturo Mora es el único exponente actual de loza dorada de Manises, una técnica que emplea para realizar reproducciones de piezas históricas cuyo origen se remonta a los obradores de los siglos XIV al XVIII. Un taller que mantiene la producción de piezas propias en el torno de alfarero, pintadas a mano alzada y cocidas en tercera cocción en reducción, tal como se realizaba la loza dorada hispano-musulmana.

Continuing to a direct line of a potters' saga that reaches to the early nineteenth century, Arturo Mora is the only current exponent of lustreware in Manises. Lustreware is a technique used to make reproductions of historical ceramic pieces whose origin dates back to the "obradores" of the fourteenth to eighteenth centuries in Manises. A potter who still produces a collection of freehand painted lustreware pieces which have been thrown in the potter's wheel and fired for the third time in a reduction atmosphere, as the Spanish-Muslims lustreware was performed.

## la entrevista

### Arturo Mora

Por Giménez, J.A.  
Redactor/Editor

Conozcamos un poco tu trayectoria que, suponemos, está muy vinculada a la empresa artesanal de tu familia. ¿Cómo empezaste profesionalmente? Mi padre amaba la cerámica. Era más que un negocio para nosotros. Era nuestra pasión de niños. Cuando acababa el colegio acudía al taller de mi padre a jugar con la cerámica y observaba cómo los artesanos elaboraban y pintaban las piezas de cerámica con gran maestría. Recuerdo ver cocer la mulla a leña, el sonido de la "chicharra" eléctrica que marcaba cuándo debía alimentarse el horno de leña... Es un recuerdo de tantos de mi infancia, muy arraigada a la cerámica, que contribuyeron a elegir este oficio.

Eres el último taller que mantiene viva la técnica del reflejo metálico en Manises. ¿Puedes explicarnos más o menos cómo es el proceso de elaboración de una pieza usando esta técnica? Yo sigo la misma técnica que se usaba en el S.XV. Las piezas nacen todas en el torno de alfarero, una vez secas se pintan en azul cobalto y se someten a una primera cocción de 1050°C -bizcocho o socarrat- luego se esmaltan con esmaltes de estaño y plomo y se vuelven a cocer a 980°C. Para finalizar se decoran las piezas con el reflejo metálico sobre el vidriado y se somete a la tercera y decisiva cocción en reducción a 650°C. Por último después de sacar las piezas del horno se limpian éstas apareciendo el mágico reflejo metálico.

Eres un caso excepcional, ya que has conseguido un notable reconocimiento internacional con tu trabajo. Y, de hecho, piezas de tu taller se exhiben en prestigiosos centros de arte y museos como el Leighton House Museum o el Victoria & Albert Museum, de Londres (UK), y el Gewebermuseum Winterthur, de Suiza, entre otros. ¿Te sientes reconocido también en tu tierra? Sí, Manises es un pueblo de larga tradición cerámica que sabe valorar el trabajo que hay detrás una pieza.

Parece que la cerámica tradicional ha perdido cuota de mercado y que la gente busca otros elementos decorativos para su hogar. Crees que hay que reinventar los objetos tradicionales o eres de los que piensa que hay que mantenerse purista a los procesos y técnicas originales de cada pieza. Hay cabida para todos los estilos, ya que, como en la música clásica sucede, los clásicos nunca pasan de moda.

En mi opinión hay que investigar constantemente, realizar actualizaciones de la cerámica tradicional y crear también nuevos diseños, pero siempre manteniendo la máxima calidad. Tenemos una gran herencia cerámica todavía por mostrar al mundo.

Algunos ceramistas habéis dado el paso de abrir las puertas del taller al público para que puedan convertirse en protagonistas por un día y conocer de mano del artesano el proceso de creación. ¿Crees que ese contacto directo con el material y el espacio en el que se hacen realidad las piezas motivará a la gente a acercarse más a la artesanía cerámica? Sin ninguna duda, es necesario abrir al público los talleres e incluso sacarlos a la calle, como estamos haciendo en Manises. El año que viene me sumaré a las jornadas de puertas abiertas de talleres en Manises. Tenemos pensado hacer una cocción en el horno de leña de reflejo metálico que conservamos en nuestro taller. Es necesario que el público sepa entender el trabajo que existe en una pieza de cerámica para un buen éxito comercial, que necesariamente pasa por hacer también una buena muestra o feria de cerámica en Manises para darla a conocer.

Mantienes una constante renovación de objetos y colecciones en el catálogo de tu taller. ¿En qué estás trabajando actualmente? Estoy inmerso en una nueva colección clásica diseñada por mí que combina el azul cobalto y el reflejo dorado, además de la realización de un video de la elaboración de mi quinto Vaso de la Alhambra -pieza de metro y treinta cm de altura-.

¿Cómo afecta la crisis a vuestro sector? Este sector ya venía de una crisis derivada de las miles de importaciones extranjeras que han destruido gran parte de los pequeños talleres cerámicos de Manises.

Internet es la nueva herramienta de la que disponemos, que está al alcance de todo el mundo y que debemos utilizar para dar a conocer nuestra cerámica de calidad, adaptándonos a los nuevos tiempos donde ya no es necesario para comprar cerámica venir hasta el taller.

You are an exceptional case, because you've got a remarkable international recognition for your work. Indeed, your pieces are exhibited in prestigious museums and art centers such as the Leighton House Museum and the Victoria & Albert Museum in London, and the Gewebermuseum Winterthur in Switzerland, and others. Do you think that you are well-known in your country too? Yes, Manises is a village with a long pottery tradition whose people appreciate the work and the art of a ceramic piece.

It seems that the traditional pottery has lost market share, and that people look for other items to decorate their houses. What do you think? Do you have to reinvent the traditional objects? Or, do you believe in keeping yourself purist towards the original processes and techniques of each piece? There is always a place for all styles, because, as in classical music, the classics never go out of fashion.

In my opinion, there should be investigated constantly, to update the traditional ceramics and also create new designs of the highest quality. We still have a great ceramic heritage to impress the world.

Some ceramists have taken the first step to open up doors of their workshops, so they can present to public the person of potter and his freehand skills in the creation process.

Do you think that this direct contact with the materials in the space where these pieces are made could motivate people to get so closer to the ceramic craftwork? Undoubtedly, it is necessary to open the workshops to public and even take them out to the street, as we do in Manises. Next year I will join the open house of the workshops in Manises. We plan to make a cooking of the metallic reflection in the wood-burning oven which we preserve in our workshop. It is necessary to see and understand the work that exists in a ceramic piece for a great commercial success, which necessarily makes also a good exhibition of ceramics in Manises to be known.

You Keep a constant renovation of objects and collections in the catalog of your studio. What are you working on at present? I am immersed in a new classic collection of my design which combines the cobalt blue and golden reflection, besides the making of a video about the creation of my fifth Vessel of Alhambra - a piece of 1.30 m tall.

How does the economic crisis affect your sector? This sector was already affected by the crisis of thousands of foreign imports that have destroyed many small ceramics workshops in Manises.

The internet is the new available tool to everyone, and which we have to use to present our high-quality ceramics. We are adapting ourselves to the new times when coming to the pottery workshop to buy ceramic pieces is no longer necessary.



reflejometalico.com



La  
cerámica  
en las  
calles

Por Hraira, N.  
Redactor/writer

La tarde del 18 de julio los clavarios de las "Santes Escudelleres" (Santas Justa y Rufina), patronas de los ceramistas y de la ciudad de Manises (Valencia), ofrecen un espectáculo único en el mundo. Subidos en carrozas desfilan obsequiando con piezas de la artesanía local a todos los asistentes. Cerca de 400.000 reproducciones pasan de las manos de sus autores a las de turistas y habitantes de las poblaciones cercanas. Es el momento culminante de Festa i Cavalcada de la Ceràmica en Manises, una celebración que cuenta ya con 114 años de existencia.

Esta Cabalgata, declarada Fiesta de Interés Autonómico en 2008, es una muestra más de lo que ha significado –y aún significa– esta disciplina artesana en el levante español, y particularmente en Manises. Unas raíces que, aunque tienen sus antecedentes en las cofradías y gremios del Medioevo, han llegado hasta la actualidad consiguiendo un estilo propio y que tiene un sitio privilegiado en los principales museos y colecciones de artes suntuarias del mundo.

Aunque hay constancia de hallazgos de cerámica del Neolítico en diferentes zonas de la Comunidad Valenciana, y se han hallado restos de cerámica romana en su subsuelo de Manises, quizá son los vestigios de alfares musulmanes en torno al siglo XIII son el primer indicio de la futura industria ceramista que se erigirá en esta población. Ya bajo dominio cristiano, Don Pere Boil, IV señor de Manises, trajo desde Al-Ándalus la técnica y alfareros para la elaboración de la denominada cerámica dorada, que en siglos posteriores daría fama internacional a esta localidad. Tanto la cerámica dorada de reflejo metálico, como la decorada en azul, serán las señas de identidad de la región. Y de su floreciente industria que ya a principios del siglo XVII contaba con un "Gremi de Mestres de Obra de Terra".

Dos siglos más tarde, en pleno esplendor comercial, se empezaría a celebrar la Cavalcada de la Ceràmica, hecho relevante que convirtió a la población en un foco importante del comercio, tanto que, en 1924, el rey Alfonso XIII, concedió por Decreto a la villa de Manises el título de Ciudad Histórica y Laboriosa indicando que "... desde tiempo inmemorial se ha dedicado a la industria de la cerámica y mayólica artística..."

Desde entonces hasta hoy ha cambiado mucho el panorama de la industria cerámica en Manises. Muchas fábricas de las que antaño rodeaban el núcleo urbano han desaparecido, quedando sustituidas por pequeños talleres que conservan la esencia de la cerámica de la localidad. Y, sin embargo, la artesanía manisera está más viva que nunca. Hoy, además de firmas históricas que siguen pasando de padres a hijos, las nuevas tecnologías permiten comprar y encargar una vasija exclusiva en un taller artesano desde cualquier parte del mundo a través de aplicaciones para smartphones (DoVase), adquirir una reproducción pintada a mano de las tradicionales piezas de reflejo metálico de siglos pasados, o vestir una joya realizadas con tierra, arcillas y pigmentos típicos de la región que nos recuerde el origen de un vino con D.O. Valencia (ObiTerra). La cerámica de Manises sigue viva, como lo atestiguan las decenas de miles de personas que visitan la población cada mes de julio para conocer de la mano de los maestros ceramistas un oficio que se pierde en los albores del tiempo.



The  
ceramics  
in the  
streets

On the evening of 18th July, the "Clavarios de las Santes Escudelleres" (Santas Justa and Rufina), the ceramists' patrons saint in the Valencian town of Manises, offer a unique show in the world. Mounted on carriages and giving away pieces of local craftsmanship to all attendees. About 400,000 pieces pass from the authors' hands to the tourists and residents of nearby towns. It is the culminating moment of the Festa i Cavalcada de la ceràmica in Manises, a festival that has already 114 years of existence.

As a declared Festival of Autonomous Interest in 2008, this Cavalcade is a significant show of the craft discipline in the Spanish Levant, particularly in Manises. Although some roots have their antecedents in the medieval guilds, they have survived to the present day with a proper style which has a privileged place in major museums and collections of luxury arts of the world.

Although there is evidence of Neolithic pottery discoveries in different areas of the Comunitat Valenciana, and there have been found remains of Roman ceramics in the subsoil of Manises, which are maybe the remains of Muslim potters around the 13th century, they are the first indication of the future ceramics industry that would be erected in this town. Under the Christian rule of the 4th Lord of Manises, Don Pere Boil brought the potters from Al-Andalus to develop the technique of the golden ceramics, which would give an international fame to this town in later centuries. Both the golden ceramics with the metallic reflection and the decorated ones in blue are the hallmarks of the region. And its flourishing industry which had a "Gremi de Mestres de Obra de Terra" in the early seventeenth century.

Two centuries later, in the full commercial splendor, there would begin to celebrate the "Cavalcada of Ceramics". A relevant fact that changed the town to an important trade center, which also in 1924 King Alfonso the 13th granted by decree the title of the Historic and Industrious City to the town of Manises, stating that "... since time immemorial, it has been dedicated to ceramics industry and artistic majolica..."

From then until now, the panorama of the ceramics industry in Manises has changed a lot. Many factories which once surrounded the urban area are gone, and they have been replaced by small workshops that preserve the essence of pottery in the town. And yet, the craftsmanship in Manises is more alive than ever. Today, in addition to the historical workmanship which are passed from father to son, the new technologies allow to buy and order a unique vessel in an artisan workshop from anywhere in the world through smartphone applications (DoVase), purchase a freehand-painted reproduction of traditional pieces with the metallic reflection of past centuries, or wearing a gem made with soil, clays and typical pigments of the region that remember us with the origin of a wine with D.O. Valencia (ObiTerra). The pottery of Manises is still alive, as testified by tens of thousands of people who visit the town each July to see up close from the master ceramists a job that is lost in the dawn of time



manises.es





Por Giménez, J.A.  
Redactor/Editor

La terraza del Restaurante Contrapunto del Palau de les Arts Reina Sofía de Valencia fue el lugar elegido para celebrar el décimo aniversario de la Academia de Gastronomía de la Comunidad Valenciana (AGCV), entidad que promueve la cultura culinaria y los productos con D.O. local de las tres provincias, con el respaldo y asesoramiento de los principales maestros de la cocina autóctona.

Esta Entidad, fundada en junio de 2004, tiene como objetivo cuidar y fomentar la pureza de las tradiciones gastronómicas valencianas, de modo que se permita su respetuosa evolución, además de dar a conocer tanto en la Comunidad Valenciana como en el resto del Estado español y en el extranjero sus características y aspectos más relevantes. Tras una década de funcionamiento se ha demostrado que su trabajo sin ánimo del lucro está dando sus frutos, con una proyección de nuestra gastronomía que no se conocía hasta la fecha.

Ese interés por lo que tiene que ofrecer nuestra cocina tradicional se plasmó en más de 300 invitados de toda España que asistieron a la puesta de largo anual de la Academia de Gastronomía de la Comunidad Valenciana, y que disfrutaron de una surtida degustación de productos seleccionados locales y de vinos de nuestra tierra, un referente internacional en la cocina, actualmente la cuarta autonomía con más soles Repsol y con más restaurantes con estrella en la guía Michelin. En la fiesta participarán, además de los Académicos pertenecientes a la Entidad, su comité de expertos que lo conforman Quique Dacosta –único chef con 3 estrellas Michelin en un local en la Comunidad-, Paco Torreblanca –encargado de realizar una tarta de celebración para este evento-, Ricard Camarena –que aportó el local-, Kiko Moya, Javier Andrés, Manuela Romeralo, Alberto Redrado y José Antonio Navarrete.

Cuchita Lluch, presidenta de la Academia de Gastronomía de la Comunidad Valenciana, actuó de anfitriona de la gala y explicó en su discurso que esta celebración anual busca ensalzar la gastronomía de la actualidad, hecha por nosotros, por nuestros productos y bodegas para que se reconozcan dentro y fuera de nuestras fronteras y se ponga en el justo y alto valor que merece.

Así, por el escenario instalado en la explanada norte del Palau de les Arts pasaron también el presidente de la Real Academia Española de Gastronomía, Rafael Ansón; cocineros de prestigio internacional como Joan Roca, el director general de Turismo, Sebastián Fernández, quien ha anunciado la creación del Centro Universitario de Gastronomía y Management con la Universidad CEU en Alicante; y nuevas figuras emergentes de la cocina autonómica como Begoña Rodrigo (La Salita) y Joaquín Baeza Rufete (Baeza Rufete Restaurante), como representantes de la renovación y el presente.

### Noche de reconocimientos.

Durante la fiesta conmemorativa del décimo aniversario de la AGCV, se otorgaron los premios-reconocimiento a los cocineros nacionales. El principal reconocimiento de este año recayó en Joan Roca, que cuenta con 3 estrellas Michelin, 3 soles Repsol, y cuyo barco insignia –El Celler de Can Roca– es el segundo restaurante más reconocido del mundo, a lo que sumó esta noche el galardón “Maestro Universal” de manos de la presidenta de la Academia.

Por su “Lucha a contra corriente”, se premió a Eneko Atxa, 3 estrellas Michelin, 3 soles Repsol, y una apuesta por la cocina tradicional y los productos naturales, muchos de ellos cultivados por su propio equipo.

Junto a ellos, Andoni Luis Aduriz, de Mugaritz –2 estrellas Michelin y 3 soles Repsol– y Marcos Morán, de Casa Gerardo –1 estrella Michelin y 3 soles Repsol– recibieron también el reconocimiento de la crítica especializada y de la Academia por su “Humildad y Perseverancia” y el “Respeto a la Tradición sin renunciar a la Vanguardia” en la cocina, respectivamente. Todos ellos recibieron una obra de Santiago Ydáñez, de la serie “Ojos y bocas”, patrocinada por la galería Luis Adelantado.

Pero los galardones no se limitaron a los profesionales de la cocina, sino también a aquellos que han promocionado la gastronomía, desde la propia presidenta de la AGCV, Cuchita Lluch, por sus casi cinco años de trabajo al frente de la Entidad, que recibió un diploma de reconocimiento, al igual que sus antecesores en el cargo, Vicente Rodríguez y Ana Portacelli. Asimismo, la Academia quiso reconocer la labor de difusión de la gastronomía de Montagud Editores a través de su directora ejecutiva, Guillermina Bravo, editoras de las principales biblias en papel sobre la cocina actual.



academiavalencianadegastronomia.com



The terrace of the Contrapunto Restaurant of the Palau de les Arts Reina Sofia in Valencia was the chosen place to celebrate the 10th anniversary of the Valencian Academy of Gastronomy (AGCV). An organization that promotes culinary culture and local Designation of Origin products with support and guidance of the leading masters of the local cuisine.

This founded institution in June 2004, aims to nurture and promote the purity of the Valencian gastronomic traditions, in such a way that permits its respectful evolution, and making its characteristics and most relevant aspects known in the Comunidad Valenciana as well as in the rest of Spain and abroad. Over a decade of functioning it has been proved that its non-profit work is paying off, with a projection of our gastronomy which was not known to date.

This interest of what our traditional cuisine has to offer was represented by more than 300 guests from all over Spain who attended the annual event of the Valencia Academy of Gastronomy, and who enjoyed a well-stocked tasting of selected products and wines from our land, an international benchmark in the cuisine. Actually it is the fourth autonomy with more Soles Repsol and more Michelin-starred restaurants. In addition to the members of the Academy in the party, there will be participating a committee of experts such as Quique Dacosta –the unique Michelin 3-star chef at a local in the Comunidad-, Paco Torreblanca –the responsible of making a celebration cake for this event-, Ricard Camarena who provided the local, Kiko Moya, Javier Andrés, Manuela Romeralo, Alberto Redrado and José Antonio Navarrete.

The President of the Valencian Academy of Gastronomy, Cuchita Lluch, acted as host of the show and explained in her speech that this annual celebration seeks to extol the gastronomy of the present day, made by us, with our products and wineries so that it can be recognized inside and outside our borders and that it would be on the right and high value it deserves.

Thus, on the stage of the north side of the Palau de les Arts, there also presented the President of the Royal Spanish Academy of Gastronomy, Rafael Ansón; the international chefs such as Joan Roca, the Director General of Tourism, Sebastián Fernández, who has announced the creation of the University Center of Gastronomy and Management with the University CEU in Alicante; and new emerging figures of the regional cuisine such as Begoña Rodrigo (La Salita) and Joaquín Rufete Baeza (Baeza Rufete Restaurant), as representatives of the renovation and the present.

### Night of Awards.

During the commemorative celebration of the 10th anniversary of the Valencian Academy of Gastronomy (AGCV), the national chefs were awarded. The main recognition of this year went to Joan Roca, who has 3 Michelin Stars, 3 Soles Repsol, whose “The Celler de Can Roca” is the second most famous restaurant in the world, for which he received that night the “Universal Master” award from the hands of the president of the Academy.

For his “Struggle against the current” Eneko Atxa was awarded 3 Michelin Stars, 3 Soles Repsol, and a commitment to traditional cuisine and natural products, many of them cultivated by his own team.

Among them, Andoni Luis Aduriz of Mugaritz – 2 Michelin Stars and 3 Soles Repsol, and Marcos Moran, from Casa Gerardo – 1 Michelin star and 3 Soles Repsol – also received the recognition of the specialized critics and of the Academy for their “Humility and Perseverance” and the “Respect to Tradition without sacrificing at the Vanguard” in the cuisine, respectively. All of them received a work of Santiago Ydáñez, the “Eyes and mouths” series, sponsored by the Luis Adelantado Gallery.

But the awards were not limited only to the professionals of the cuisine, but also to those who have promoted the gastronomy, including the President of the Valencian Academy of Gastronomy (AGCV), Cuchita Lluch, for her five years of working in the organization, who received a recognition certificate like her ancestors, Vicente Rodríguez and Ana Portacelli. The Academy also wanted to appreciate the work for diffusion of gastronomy of the Montagud Editors through the executive director, Guillermina Bravo, publishers of the main Bibles on the current cuisine.





## La importancia de un escaparate en el comercio minorista

El Visual Merchandising es una herramienta importante en el método de comunicación de una empresa de venta al por menor. Mientras que los grandes almacenes tienden a invertir más del 2% de su presupuesto de marketing en escaparatismo, la cifra es ligeramente inferior en el caso de los almacenes de cadena, que se centran más en la en-tienda presentaciones. Como regla general, los pequeños minoristas nunca han fijado un presupuesto para un escaparate. Un error muy habitual.

Un ligero aumento de los gastos de escaparatismo puede lograr un gran impacto. Sin embargo, la relación directa entre el escaparate y las ventas en las tiendas es difícil de cuantificar debido a los diferentes factores que influyen en las decisiones de compra. Sin embargo, el escaparate es visto como un aspecto importante para la diferenciación frente a la competencia.

La gente ahora camina más rápido en las ciudades. Por lo tanto, es aún más importante para los minoristas que los clientes se paren para conseguir su atención. Esta es la función más importante del escaparate.

Presentación se está volviendo más y más importante. En virtud de la palabra de moda 'emotionalisation', se llama la atención de los clientes a un tema o una historia que, si es posible, se inicia en la ventana de la tienda y continúa en el interior de la tienda.

La tendencia actual nos lleva hacia presentaciones más elaboradas de escaparate, situación que se acentúa en el caso de los grandes almacenes y, particularmente, en los productos más exclusivos. Cuanto más exclusivo es el producto, más extravagante es su presentación. Y, de hecho, cuando los productos de segmentos del sector denominado GIVING - como la joyería, complementos de moda, decoración de lujo... - o LIVING - muebles, producto de decoración, textil... - están en el set expositivo, por lo general son parte de una presentación temática.

Por Giménez, J.A.  
Redactor/Editor

## ¿Cómo hacerlo correctamente?

Los escaparates deben servir para dos propósitos básicos: identificar la tienda y los productos que allí se venden e inducir al cliente a entrar. Por ello, deben dar una variada información acerca de la tienda, mostrando una oferta representativa de los productos.

Hay que tener en cuenta que la zona fría suele ser la ubicada más a la izquierda, y la caliente acoge el espacio central.

ZONA FRÍA - ZONA CALIENTE - ZONA TEMPLADA

Así, al espacio comprendido entre la horizontal del ojo y la base del escaparate se le llama zona templada, y a la zona comprendida entre la horizontal del ojo y el techo, zona fría.

Si nos referimos a un escaparate en disposición vertical, observamos que el espacio se divide por el centro, quedando dos partes iguales; a continuación el espacio izquierdo se vuelve a dividir por el centro (de izquierda a derecha quedaría al 25-50% del espacio), llamándole a la primera zona de la izquierda templada, a la central caliente y a la derecha fría.

Una vez yuxtapuestas las divisiones horizontal y vertical del escaparate, el resultado se obtiene por la suma de ambas temperaturas, asignando un valor hipotético a cada temperatura: Caliente, 9 puntos; Templado, 6 puntos; y Frío, 3 puntos.

Para sacar el orden sólo se tienen que sumar los puntos o grados de cada temperatura, y así se obtiene el siguiente orden:

Zona	Horizontal	Vertical	Valoración
1	Caliente	Caliente	9+9=18
2	Templado	Caliente	6+9=15
3	Caliente	Templado	9+6=15
4	Templado	Templado	6+6=12
5	Caliente	Frío	9+3=12
6	Frío	Caliente	3+9=12
7	Templado	Frío	6+3=9
8	Frío	Templado	3+6=9
9	Frío	Frío	3+3=6

Con este sencillo recurso, se puede mejorar la visibilidad de un Comercio. Si bien, hay muchos otros aspectos a considerar que se abordarán en futuros números de la revista.



## The importance of window dressing in the retail trade

Visual merchandising is an important tool in the communication mix of a retail company. While department stores tend to invest more than 2% of their marketing budget in window dressing, the figure is slightly less in the case of chain stores, which focus more on in-store presentations. As a rule, smaller retailers have no fixed budget for window dressing. A common failure.

A slight increase in window-dressing expenditure can achieve a major impact. However, the direct link between window dressing and in-store sales is difficult to quantify due to the different factors that influence purchasing decisions. However, the shop window is seen as an important aspect for differentiation against the competition.

People now walk faster in cities. Thus, it is all the more important for retailers to make customers stop and grab their attention. This is the most important shop-window function.

Presentation is becoming more and more important. Under the buzzword 'emotionalisation', the attention of customers is drawn to a subject or story that, if possible, begins in the shop window and continues inside the shop.

The trend towards more elaborate shop-window presentations is particularly pronounced in the case of department stores whereby the more exclusive the product, the more extravagant the presentation. In fact, when products from segments like GIVING -jewellery, fashion complements- or LIVING -furniture, decoration...- are on show, they are generally part of a themed presentation.

### How to do it well?

The window dressing has to serve for two basic purposes: to identify the store and the products to sell, and to induce the customer to go into the store. Accordingly, the window dressing should present a variety of information about the store, and giving a representative offer of products.

It must be taken into account that the cold zone is generally located on the left, and the hot one in the central space.

COOL ZONE - HOT ZONE - WARM ZONE

Thus, the space between the horizontal eye level and the base of the window dressing is called the warm zone, and the area between the horizontal eye level and the ceiling is the cool zone.

If we refer to the window dressing in a vertical arrangement, we see that the space is divided in the middle, with two equal parts; then the left space is again divided in the middle (from left to right would be 25-50% of the space), the

first left zone is the warm, the central is the hot and the right is the cold one.

Once the horizontal and vertical juxtaposed divisions of the window dressing, the result is the sum of both temperatures, which assigns a notional value to each temperature: Hot, 9 points; Warm, 6 points; and Cold, 3 points.

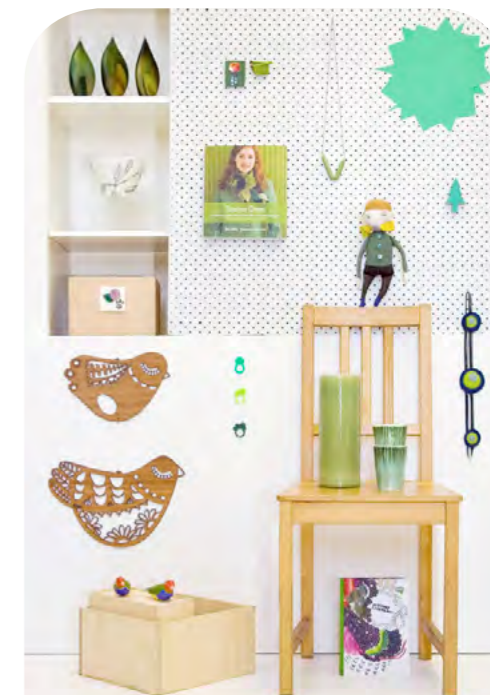
Only it has to count the points and degrees of each temperature to make the order as in the following:

Zone	Horizontal	Vertical	Rating
1	Hot	Hot	9+9=18
2	Warm	Hot	6+9=15
3	Hot	Warm	9+6=15
4	Warm	Warm	6+6=12
5	Hot	Cold	9+3=12
6	Cold	Warm	3+9=12
7	Warm	Cold	6+3=9
8	Cold	Warm	3+6=9
9	Cold	Cold	3+3=6

In this way, we can establish a hierarchy of the window dressing zones on the base of the following provision.

8 6 9  
3 1 5  
4 2 7

With this simple device, you can improve the visibility of your Business. Also, there will be many other considerable aspects in next issues of the magazine.



global projects

**alter**

656 160 070

**soluciones constructivas para tu negocio**

altergp@gmail.com



syntetyk.com/Store/productos



## Cuchita Lluch García

Presidenta de la Academia Valenciana de Gastronomía • *President of the Valencian Academy of Gastronomy (AGCV)*

Por Giménez, J.A.  
Redactor/Editor

La Academia Valenciana de Gastronomía cumple una década promoviendo la oferta gastronómica de estas tierras. Nació en un intento de cuidar y fomentar la pureza de sus tradiciones y de fomentar una respetuosa evolución y modernidad de las mismas. Casi la mitad de ese camino lo ha hecho presidida por Cuchita Lluch García, una mujer amante de la buena mesa, que desborda alegría en cada una de sus sonrisas, y cuyo esfuerzo empieza a dar fruto, siempre bien acompañada de figuras de los fogones como Paco Torreblanca, Ricard Camarena, Raúl Alexandre o Quique Dacosta, entre otros.

Dicen que la gastronomía es el arte de preparar una buena comida. Y del cocinero que es alguien con oficio para guisar y aderezar los alimentos. ¿Escuetas definiciones para hablar de un arte que ha sabido mezclar ciencia y tradición para el deleite de muchos?

No son escuetas en absoluto, me parecen definiciones perfectas.

Sin embargo, se ha trasladado una imagen de que son la innovación y la ciencia los pilares de la nueva élite gastronómica frente a la tradición, algo que también ocurre en la artesanía. Sopa de turrón salado, piruletas de aceite de oliva... ¿Es esto realmente lo único que trasciende?

No, para nada. La alta gastronomía es muchísimo más que todo eso, es la forma de elevar nuestros productos al máximo nivel.

Al igual que el artesano hace por su cuenta objetos de uso doméstico imprimiéndoles un sello personal, el cocinero deja su conocimiento en el plato de forma única y distinta en cada ocasión. Y, sin embargo, hasta hace bien poco esta innovación constante pasaba desapercibida para el gran público. ¿Qué ha cambiado?

Que ahora ya se conocen y se reconocen las nuevas formas de cocinar gracias a la gran proyección de nuestros cocineros.

Tanto los artesanos como los cocineros valencianos tienen el mismo problema para venderse al exterior; el tamaño de las empresas y el desconocimiento de nuestros profesionales. ¿Cómo se trabaja para resolver o ayudar a mejorar esa situación desde la Academia?

Creando una imagen de cultura gastronómica Comunidad Valenciana y presentando a nuestra gente en los lugares adecuados y sacándolos fuera de nuestras fronteras, apoyándolos, difundiendo su saber a través de la Guía Repsol y de los premios nacionales de gastronomía fundamentalmente. Yendo todos juntos con un mismo objetivo, que se nos conozca y se nos reconozca.

Artesanía y Gastronomía son sectores estratégicos, capaces de generar riqueza y empleo estable, pero ¿qué hace falta para que esas potencialidades se hagan realidad?

Primero que nosotros nos lo creamos y luego que lo sepamos vender. Siempre nos ha faltado ese orgullo y ese creer en nosotros mismos. Hay que trabajar para crear esa imagen de marca.

Por cierto, qué opina de la sobre-exposición mediática que vive la gastronomía. Es un paso necesario para democratizar el acceso a la cocina de élite y que el ciudadano valore y sea más crítico con lo que come. O, por el contrario, hay un peligro de banalizar el trabajo de muchos profesionales con años de experiencia.

No creo que banalice en absoluto, sino que es bueno porque la gente habla de gastronomía. Somos lo que comemos y es bueno difundir el conocimiento, siempre, de la forma que sea.



*The Valencian Academy of Gastronomy celebrates its 10th anniversary promoting the excellent cuisine of this area. It was established to care for the purity of traditions and promote their respectful evolution and modernity. Almost half-way has been done thanks to a good food lover, Cuchita Lluch García, who is radiating joy every time she smiles, and whose efforts are now bearing encouraging fruits. She is always accompanied by leading figures of the stove as Paco Torreblanca, Ricard Camarena, Raul Alexandre or Quique Dacosta, among others.*

*They say that gastronomy is the art of cooking good food, and the cook is someone professional for cooking and seasoning food. Are these concise definitions for an art that has been able to mix science and tradition for the delight of many?*

They are not concise at all. I think that they are perfect.

*Nevertheless, it has been given the image that innovation and science are the pillars of the new gastronomic elite in front of tradition, the same thing happens in craftsmanship. The soup of salted "turrón", olive oil lollipops... is that really all what has been emerged?*

No, not at all, the Haute cuisine is much more than all of that. It is the way to raise our products to the highest level.

*In the same way that the artisan makes on his own objects of domestic use and giving them a personal touch, the cook applies his knowledge perfectly on the dish and differently from plate to another. And yet, only recently this constant innovation was going unnoticed for the great public. What has changed?*

Thanks to the great projection of our cooks the new ways of cooking are now very known.

*The Valencian artisans as well as the cooks have the same problem when selling abroad. The value of the companies and the ignorance of our professionals. How does the Academy work on to solve and improve this situation?*

Creating an image about the culture of gastronomy in Comunidad Valenciana and presenting our people in the adequate places and sending them beyond our frontiers, supporting them, disseminating their knowledge through "Guía Repsol" and mainly the national awards of gastronomy. Going all together for the same aim, in which we are known and recognized.

*Craftsmanship and gastronomy are strategic sectors. They are able to create wealth and permanent work, but what is needed to make it true?*

First, we have to believe in it and then how we would sell it. We always need that proud and to believe in ourselves. We have to work to create that image of brand.

*By the way, what do you think about the media over exposure. It is a needed step to democratise the access to elite cuisine and to make the citizens value and be more critic with what they are eating. Or, on the contrary, there is a danger in trivialising the work of many professionals with extensive experience.*

I don't think it trivialises at all. It is a good thing because people always talk about gastronomy. We are what we eat, and it is good to share knowledge in any way.



academiavalencianadegastronomia.com



La sala 'Una Mirada Singular' ha albergado durante los meses estivales una selección de piezas representativas del trabajo del artesano Raúl Abad Alcaide. Su obra, centrada principalmente en tres líneas de trabajo, escultura moderna, figurativa y religiosa, se realiza sobre materiales diversos, como mármol, piedra, resina, madera, bronce, hierro o acero inoxidable, en ocasiones combinados entre sí en una misma pieza para conseguir las sensaciones y emociones que requiere cada escultura. Tomando el dibujo y la arcilla como punto de partida, sus obras siguen un proceso personalizado cuyo resultado es el de una pieza artesanal y única.



artesanculturas.es

## "Sentidos" de Raúl Abad

Entre las obras realizadas por Raúl Abad a lo largo de su carrera están las imágenes de San Pedro y San Andrés, de 1,90 metros de altura, de la fachada principal de la Iglesia de Nuestra Señora de los Ángeles de El Cabanyal; la cruz, de 2,50 metros de altura, ubicada en la parte superior del campanario de la Iglesia San Ramón de Paiporta (Valencia), y el Moisés de Miguel Ángel, de 1,60 metros de altura, hecho para modelo de dibujo en la Universidad Cardenal Herrera CEU de Alfara del Patriarca (Valencia).

Asimismo, entre sus creaciones destaca una escultura de Santa Teresa de Jomet Ibars, de 2 metros de altura, hecha en mármol blanco y situada en la Residencia de Ancianos de Cuenca, además de un busto de Juan Pablo II acabado en bronce, un busto de Albert Einstein de granito negro, el busto del escultor valenciano Manuel Rodríguez, y el busto de Severiano Ballesteros hecho con motivo del primer aniversario del fallecimiento del golfista y situado recientemente en Pedreña (Cantabria).

## Raul Abad's "Senses"

During the summer months the hall "Una Mirada Singular" ("A special vision") has hosted a selection of representative pieces of the work of the craftsman Raúl Abad Alcaide. His work, focused chiefly on three lines of work, modern, figurative and religious sculpture, is made with diverse materials like marble, stone, resin, wood, bronze, iron or stainless steel. Occasionally they are combined in a single piece to get the feelings and emotions that each sculpture requires. Taking drawing and clay as the starting point, his pieces follow a personalized process the outcome of which is a handcrafted and unique piece.

Other works by Raul Abad throughout his career are the pictures of San Pedro and San Andrés, 1.90 meters high; the main facade of the Church of Nuestra Sra. de los Ángeles de El Cabanyal; the cross, 2.50 meters high, located in the top of the bell tower of the Church of San Ramon at Paiporta (Valencia) and the Moses of Michelangelo, 1.60 meters high, made for drawing model CEU for the Cardenal Herrera University at Alfara del Patriarca (Valencia).

Also Abad has created a sculpture of Santa Teresa de Jomet Ibars, 2 meters high and made of white marble, located in the nursing home in Cuenca, a bronze finish bust of John Paul II; a black granite bust of Albert Einstein, another one of the Valencian sculptor Manuel Rodríguez and a bust of the golf player Severiano Ballesteros for the first anniversary of his death, recently located in Pedreña (Cantabria).

## Participa en La Magia de la Artesanía Take part in The Magic of Crafts

Por Cano, Antoni J.  
Redactor / News Editor

El Centro de Artesanía de la Comunitat Valenciana acerca el mundo de la artesanía al público de todas las edades, a través de esta exitosa actividad. Una interesante experiencia en la que disfrutar la magia del proceso artesanal y aprender que unas manos expertas pueden convertir cualquier materia prima en una obra de arte.

Entre las novedades de este año, para el público infantil, se ofrece "La Magia de la Artesanía se acerca a ti", un programa que permite acercar la actividad a cualquier centro escolar, con solo abonar los gastos extra de desplazamiento. Y también, para colectivos de adultos, además de una vista guiada exclusiva a las instalaciones y a Sibarita Shop, se ofrece la posibilidad de personalizar los contenidos de la actividad, desde los videos, la temática de la charla o el taller a realizar, entre otras opciones. Además de poder participar en el concurso anual ¿Qué es para ti la artesanía?

Más información en lamagiadelaartesanía@artesaniacv.com o en t.: (+34) 963 513 090.

The Valencian Community Craftwork Center brings the world of craftwork to the general public, through this successful activity. An interesting experience that allows enjoying the magic of the handmade process and learning that expert hands can turn any raw material into a work of art.

Among the novelties of this year, is offered to the child audience, "The Magic of the Craftwork approaches you", a programme that allows bringing the activity to any school by simply paying

the extra travel expenses. And also to adult groups, besides an exclusive guided visit throughout the facilities and the Sibarita Shop, they offer the possibility of personalizing the content of the activity, from the videos and the topic of the talk or the workshop, among other options. As well as, they can take part into the annual competition: "What does craftwork mean to you?" More information at lamagiadelaartesanía@artesaniacv.com or t.: (+34) 963 513 090.



youtube-magiaartesanía